

## **Ticketzweithandel**

eine rechtsvergleichende Untersuchung zu den Rechtsordnungen  
Englands, Frankreichs, Italiens, der Niederlande, Spaniens und  
Deutschlands

im Rahmen der  
Forschungsstelle für Verbraucherrecht der Universität Bayreuth

erstellt von  
Martin Schmidt-Kessel  
Christina Breunig  
Ricardo Pazos  
Tereza Pertot  
Alisa Rank  
Ramona Sorgenfrei  
Christian Twigg-Flesner

unter Mitwirkung von  
Veronika Thalhammer

beauftragt durch den Marktwächter Digitale Welt

Der Marktwächter Digitale Welt ist ein Frühwarnsystem, mit dem der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) zusammen mit den Verbraucherzentralen den digitalen Markt aus Perspektive der Verbraucher beobachtet und analysiert. Der Marktwächter Digitale Welt wird finanziell gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV).

Mehr Informationen unter: [www.marktwaechter.de/digitalewelt](http://www.marktwaechter.de/digitalewelt)



## **Inhaltsverzeichnis**

A. Einleitung	1
B. Ticketzweithandel – Länderbericht Deutschland	5
I. Wirkungen des Tickets	5
1. Rechtsnatur	5
a) nichtpersonalisierte Tickets	5
b) personalisierte Tickets	5
c) elektronische Tickets	6
2. Übertragung von Tickets	7
a) Übertragung bei kleinen Wertpapieren	7
b) Übertragung durch Abtretung/bei Legitimationspapieren	7
3. Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung	8
a) Legitimationswirkung kleiner Wertpapieren	8
b) Legitimationswirkung im Rahmen der Abtretungslösung	9
c) Legitimationswirkung bei elektronischen Tickets	10
II. Vertragliche Pflichten und Rechte	10
1. Verhältnis Veranstalter – Kunde	10
2. Verhältnis Ticket(zweit)händler – Kunde	10
III. Beschränkung der Übertragbarkeit durch AGB/Vertragliche Gestaltungen	12
1. Möglichkeit der Beschränkung bei kleinen Inhaberpapieren/Wertpapieren	13
2. Möglichkeit der Beschränkung im Rahmen der Abtretungskonstellation	14
3. „Ungültigwerden“/„Sperrung“ bei Verstoß gegen das „Weiterverkaufsverbot“	15
IV. Spezifische Regulierungen	16
V. Lauterkeitsrechtliche Fragen	16
1. Nichtautorisierter Handel	17
a) Schleichbezug	17
b) Verleiten zum Vertragsbruch	17
2. Vermittlerplattform (lauterkeitsrechtliche Verkehrssicherungspflichten)	18
3. Irreführende Werbung	19
VI. Kartellrechtliche Fragen	20
C. Länderbericht Frankreich zum Ticketzweithandel	21
I. Wirkungen des Tickets	22

1. Übertragbarkeit	22
a) Einordnung der Rechtsnatur des Tickets	22
b) Allgemeines zu den jeweiligen Übertragungsmethoden	24
2. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?	27
3. Anzeige an den Veranstalter erforderlich?	29
4. Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung	30
5. Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets?	31
II. (Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte	31
III. Vertragliche Gestaltungen	33
1. Einschränkungen der Übertragbarkeit	33
2. Neuausstellung von Tickets	34
IV. Technische Gestaltungen	34
V. Spezifische Regulierungen und Urteile	35
1. Spezifische Regulierungen im französischen Recht	35
2. Urteil des Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale gegen Viagogo auf Basis des "Loi de 1919"	37
3. Urteile zu Art. 313-6-2 Code pénal	39
a) Entscheidung des <i>Tribunal de commerce de Paris</i>	39
b) Entscheidung des <i>Tribunal de commerce de Nanterre</i>	41
c) Entscheidung des <i>Tribunal de Grande Instance de Paris</i>	42
D. Länderbericht Italien	43
I. Rechtsnatur der Tickets und ihre Wirkung	43
1. Tickets als Legitimationsurkunden gem. Art. 2002 Cc	43
a) Verkörperte und nicht verkörperte bzw. elektronische Tickets	44
b) Personalisierte und nicht personalisierte Tickets	44
2. Auswirkungen der Einordnung der Tickets als Urkunden gem. Art. 2002 Cc	46
II. Übertragbarkeit der Tickets	47
1. Tickets als Legitimationsurkunden: Übertragung der Forderung durch Abtretung	47
a) Anzeigeeerfordernis	47
b) Erforderlichkeit der Änderung der Urkunde nach der Abtretung?	48
c) Effektive Erforderlichkeit der Übertragung?	49
2. Tickets als uneigentliche Wertpapiere	51
a) Kein Anzeigeeerfordernis	51
b) Erforderlichkeit der Änderung der Urkunde nach der Übertragung?	52
c) Effektive Erforderlichkeit der Übertragung?	53
III. Vertragliche Rechte und Pflichten der involvierten Subjekte	54

1.	Rechtsbeziehungen Veranstalter – Kunde	54
2.	Rechtsbeziehungen Veranstalter – beauftragter Tickethändler	55
3.	Rechtsbeziehungen Beauftragter Tickethändler – Kunde	57
4.	Rechtsbeziehungen Kunde – (End)Kunde	58
IV.	Vertragliche Gestaltung	60
1.	Einschränkungen der Übertragbarkeit	60
a)	Personalisierte und nicht personalisierte Tickets als Legitimationsurkunden	61
b)	Nicht personalisierte Tickets als uneigentliche Wertpapiere	62
2.	Vermeidung der Nutzung seitens eines Dritten: Neuausstellung von Tickets	63
V.	Spezifische Regulierung	64
1.	Grenzen der Übertragbarkeit nach D.M. 6.6.2005	64
2.	Verbot der Weiterveräußerung nach L. Nr. 232/2016	64
a)	Die <i>Ratio</i> des Verbotes und seine konkreten Auswirkungen	65
b)	Die von L. Nr. 232/2016 vorgesehene(n) Ausnahme(n)	66
c)	Kritik an Neuregelung und die vorgeschlagenen Alternativen zur Regulierung des Weiterverkaufs der Eintrittskarten	68
VI.	Lauterkeitsrechtliche Fragen	69
1.	Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der professionellen Tickethändler: Ein gelöstes Problem?	69
2.	Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der beauftragten Tickethändler	69
a)	Vermeidung einer informierten Entscheidung des Verbrauchers	69
b)	Fehlende Maßnahmen gegen den massenhaften Kauf von Tickets	71
3.	Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der Plattformbetreiber	71
VII.	Fazit	73
E.	Ticketzweithandel in den Niederlanden	75
I.	Wirkungen des Tickets	75
1.	Übertragbarkeit	76
a)	Übertragung des <i>toonderpapier</i>	76
b)	Abtretung der <i>vordering op naam</i>	76
2.	Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?	77
3.	Anzeige an den Veranstalter erforderlich?	77
4.	Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung?	78
5.	Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets?	78
II.	(Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte	78
1.	Veranstalter – Tickethändler	79

---

2. Tickethändler – Kunde	80
3. Veranstalter – Kunde	80
III. Vertragliche Gestaltungen	80
1. Einschränkungen der Übertragbarkeit	80
2. Neuausstellung von Tickets	81
IV. Technische Gestaltungen	81
V. Spezifische Regelungen: Gesetzentwurf zum Weiterverkauf von Eintrittskarten	82
1. Entwicklung und aktueller Stand des Entwurfes	82
2. Anvisierte Gesetzesänderungen	83
3. Schutzbereich des Gesetzentwurfes	84
a) Verständnis der Eintrittskarte	84
b) Beschränkung auf professionelle Zweithändler	84
c) Hoher Verbraucherschutz	85
4. Der neue Artikel 7:4a BW	85
a) Überblick über die Regelungen	85
b) Die Regelungen im Einzelnen	86
5. Überwachung und Durchsetzung	88
6. Kritik	89
a) Umgehungsmöglichkeiten	89
b) Keine Aufsichtsbehörde	91
c) Preisregulierung	91
d) Weitere Kritikpunkte	92
F. Rechtsfragen zum Ticketzweitmarkt in Spanien	93
I. Einführung	93
II. Wirkungsweise von Tickets	94
1. Übertragbarkeit	94
2. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?	99
3. Vorlage des Tickets beim Veranstalter erforderlich?	100
4. Verfügbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung	100
5. Erfordernis einer Änderung des Tickets?	100
III. (Gegenseitige) Vertragliche Pflichten und Rechte	101
1. Veranstalter	101
2. Zweitverkäufer des Tickets	102
3. Der Zweitkäufer	103
IV. Vertragliche Vereinbarungen	103
4. Beschränkungen der Übertragbarkeit	103
5. Neuausstellung von Tickets	105
V. Technische Ausgestaltung	107
VI. Besondere Vorschriften	108

VII. Fazit	112
G. Ticketzweitmarkt: Länderbericht UK	115
I. Allgemeine Anmerkungen	115
II. Rechtsfragen bezüglich Tickets im Englischen Recht	118
1. Rechtliche Qualifizierung eines Tickets	118
2. Übertragbarkeit eines Tickets	121
3. Anwendbarkeit der Überprüfungsmaßnahmen bei auf Ticket-AGB	123
III. Einschlägige Gesetzgebung zum Ticketzweitmarkt	125
1. Allgemeine Verbraucherschutzgesetze	125
2. Besondere Vorschriften	129
4. Vollständiges Verbot des Weiterverkaufs	133
5. Mögliche zukünftige Entwicklungen	134
IV. Selbstregulierung der Branche	134
H. Rechtsvergleichende Analyse	137
I. Vorbemerkungen	137
II. Divergierende Grundansätze	138
1. Wertpapierartige Konstruktion	139
2. (Schlichte) Legitimation des Anspruchsinhabers	141
III. Wirkungen des Tickets im Allgemeinen	142
1. Übertragbarkeit	143
2. Anzeige an den Veranstalter?	143
3. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?	144
4. Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung	145
a) Legitimationswirkung des Tickets	145
b) Verweigerungsbefugnis	146
c) Legitimationswirkungen elektronischer Tickets?	147
5. Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets	148
6. Steuerliche Anforderungen	148
IV. (Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte (außerhalb des Tickets)	148
1. Veranstalter	149
2. Tickethändler	150
3. Ersterwerber	152
4. Zweiterwerber	152
V. Vertragliche Gestaltungen	153
1. Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit	153
a) Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit bei der Abtretungslösung	154
b) Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit bei der Übertragung durch Übergabe	155
c) AGB-Kontrolle	156

2. Vertragliche Pflichten betreffend die Neuausstellung des Tickets	158
VI. Spezifische Regelungen	158
1. Regelungszwecke	159
2. Instrumente	161
3. Verhältnis zu den allgemeinen Regeln	164
4. Effekte	165
I. Zusammenfassung in Thesen	167
I. Allgemeine Regeln	167
II. Divergierende Grundhaltungen zum Ticketzweithandel	168
IV. Besondere Regulierungen für den Ticketzweithandel	169
IV. Rechtspolitische Vorschläge	170

---

## A. Einleitung

*Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel*

*Direktor der Forschungsstelle für Verbraucherrecht (FfV), Universität Bayreuth*

Funktionsweisen und Regulierungen von Ticketerst- und -zweitmärkten berühren Grundfragen der Ausgestaltung von Forderungsrechten und ihrer Übertragung ebenso, wie Grundfragen des Dienstleistungsvertragsrechts. Während letztere bei Tickets generell dahingehend entschieden werden, dass selbst die persönliche Leistungserbringung durch den Veranstalter und die von ihr engagierten Personen eine Übertragbarkeit der Nutzungsrechte nicht generell ausschließt, sind Funktionsweise, rechtliche Fassung und Bedingung der Übertragung für viele staatliche Rechtsordnungen von großer Unsicherheit geprägt. Diese Unsicherheit beginnt nicht erst mit dem, durch die Digitalisierung einsetzenden Wandel des Ticketwesens, sondern wird durch diesen vielfach nur besonders deutlich.

Deutschland verfügte hingegen vor dem Wirksamwerden der Digitalisierungsfolgen über eine weitgehend gesicherte Rechtslage. Wesentlich dazu beigetragen haben die gesetzlichen Klärungen durch §§ 807, 808 BGB. Mit dem sogenannten kleinen Wertpapier (§ 807 BGB) sowie dem Legitimationspapier (§ 808 BGB) werden die beiden Grenzfälle zwischen Wertpapierrecht und bloßer Forderungsdokumentation mit Legitimations- und Liberationswirkungen ausdrücklich geregelt und dem Rechtsverkehr gleichermaßen zur Verfügung gestellt. Das Fehlen entsprechender Regelungen in der Mehrzahl anderer Rechtsordnungen hat dort nicht nur viele offene Rechtsfragen produziert, sondern auch in weitaus größerem Maße Schutzbedarfe für Verbraucher begründet sowie Mißbrauchsmöglichkeiten von Marktmacht ermöglicht.

Besonders deutlich wird dies – noch ganz ohne rechtsvergleichende Perspektive – bei differenziertem Blick auf den Papier-Recht-Dualismus des Veranstaltungstickets. Einerseits ist offensichtlich, dass sozialer und wirtschaftlicher Kern der im Ticket mehr oder weniger formalisiert und verselbständigt „verkörpert“ Leistung kein abstraktes Recht, sondern ein Anspruch auf Teilnahme an der Veranstaltung ist. Andererseits „verspricht“ das Ticket eine in diesem konzentrierte Rechtsposition, die nicht nur zum Zutritt zur Veranstaltung berechtigt, sondern eine Verkehrsfähigkeit zumindest nahelegt. Diese differenzierteren Zugänge zu Tickets zeigen bereits ohne detailliertes kautelarjuristisches Arbeiten, dass für den Tickethandel insgesamt intuitive Zugriffe (insbesondere die Konzentrations- und Übertragbarkeitswirkung des Dokuments) nicht unbedingt der konstruktiven Rechtslage entsprechen müssen.

Rechtsordnungen müssen daher, soweit eine Verkehrsfähigkeit von Tickets überhaupt gewollt ist und gewerbliche Zweithändler nicht systematisch bekämpft werden sollen, zumindest Vertrauensschutz für alle Beteiligten hinsichtlich der Verkehrsfähigkeit organisieren. Soweit in jüngerer Zeit zunehmend das Problem fehlender Unterscheidbarkeit von Ticketerst- und -zweitmärkten hinzutritt, lässt dies den Bedarf nach Vertrauensschutz einerseits und intuitions- und versprechensgerechter Abbildung der Leistungsverpflichtungen andererseits besonders deutlich hervortreten.

Bereits bei oberflächlicher Betrachtung wird schließlich deutlich, dass mit der Digitalisierung zwei wesentliche Entwicklungen der vertraglichen und dokumentarischen Gestaltung einhergehen, welche nicht ohne Folgen für die zu erarbeitenden Lösungen bleiben und bleiben können. Das gilt zunächst für den zunehmenden Übergang zum namentlich gekennzeichneten Papier, wie sie beim digitalen Ticketerwerb erheblich leichter möglich ist als in der klassischen, analogen Welt. Mit der Namenskennzeichnung reduziert sich – möglicherweise – die intuitiv anzunehmende Übertragbarkeit der mit dem Ticket verbundenen Rechte, ohne daß die damit verbundenen Konsequenzen offengelegt werden oder sonst für die Marktteilnehmer – jedenfalls für die nicht professionellen – erkennbar sind. Zum anderen führt die Digitalisierung zunehmend zum Verlust der Urkunde im Sinne der Verkörperung der Erklärung als maßgebenden Anknüpfungspunkt für die Ticketwirkungen. Auf diese Dematerialisierung von Tickets sind – das sei hier bereits vorweggenommen – die untersuchten Rechtsordnungen in keiner Weise angemessen vorbereitet. Nicht wenige praktische Anwendungsprobleme im Ticketerst- und -zweithandel dürften darin ihre Ursache haben.

Das nachfolgende Gutachten zum Ticketzweithandel besteht aus insgesamt sechs Länderberichten (Deutschland, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Italien, Niederlande und Spanien) sowie einer rechtsvergleichenden Analyse. Kleinere Hinweise auf weitere Rechtsordnungen sollten nicht darüber hinwegtäuschen, daß insoweit keine vertiefte und detaillierte Untersuchung geboten wird. Länderberichte wie auch rechtsvergleichende Betrachtung folgen im Ausgangspunkt einem zuvor ausgearbeiteten – im Einzelfall an die Besonderheiten der einzelnen Rechtsordnung angepaßten – Frageschema:

Kern der durch das Schema vorgegebenen Gliederung ist zunächst die ausführliche Klärung der Grundlagen. Dabei geht es um die generelle zivilrechtliche Erfassung von Veranstaltungstickets (Welche Funktion hat das Ticket? Wie funktionieren die Vertragsbeziehungen? Wie steht es grundsätzlich mit der Übertragbarkeit?). Dieses Vorausschicken der allgemeinen Regeln dient vor allem der Untersuchung von Schwächen des geltenden (Zivil-)Rechts aber auch dem richtigen Verständnis der besonderen Maßnahmen der Vergleichsrechtsordnungen.

Im zweiten Schritt des Schemas geht es dann um die speziell für den Tickethandel erlassenen, geplanten oder auch nur diskutierten Sonderregelungen. Dabei sind vor allem die mit diesen Regelungen verbundenen Regelungs- und Schutzzwecke (Schutz der Verbraucher vor unlauteren Praktiken, Schutz der Anbieter hinsichtlich ihrer Preisgestaltung, öffentliche Sicherheit etc.), die dazu eingesetzten Instrumente und – soweit ermittelbar – die durch diese Instrumente in Bezug auf die Schutzzwecke erzielten Erfolge in den Blick zu nehmen.

Für die darauf aufbauend gebotene Herausarbeitung rechtspolitischer Fragestellungen wird es darum gehen, die möglichen Zwecke einer Regulierung klar zu formulieren. Rechtspolitisch ist der Ticketzweithandel nämlich durchaus ambivalent zu bewerten. Zum einen geht es um die Verhinderung von Schwarzmarktpreisen und Betrugsmodellen, zum anderen aber um das berechtigte Interesse an der Verkehrsfähigkeit, welches Verbrauchern nicht nur im eigenen Verhinderungsfall haben könnten. Letzteres Interesse könnte auch wieder durch eigene Geschäftsmodelle sachgerecht abgebildet werden.



---

## B. Ticketzweithandel – Länderbericht Deutschland

*Dipl.iur. Alisa Rank*

*Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Bayreuth*

### I. Wirkungen des Tickets

#### 1. Rechtsnatur

Die Wirkungen von Tickets zu Veranstaltungen wie Konzerten oder Fußballspielen sind stark abhängig von ihrer Rechtsnatur. Was die Einordnung von Tickets in Deutschland betrifft, wird in der Regel zwischen Tickets unterschieden, die für eine bestimmte Person ausgestellt wurden, d.h. „personalisiert“ wurden, und solchen, die ohne Bezug zu einer bestimmten Person ausgestellt wurden.

##### a) nichtpersonalisierte Tickets

Eintrittskarten, die nicht auf einen bestimmten Namen ausgestellt wurden, werden in Deutschland einhellig<sup>1</sup> als sog. kleine Inhaberpapiere i.S.v. § 807 BGB eingeordnet. Es handelt sich dabei um die urkundliche Verkörperung eines Leistungsversprechens<sup>2</sup> und zwar in der Form, dass die Leistung an jeden Inhaber der Urkunde mit befreiender Wirkung erbracht werden kann.

Bei dem in der Eintrittskarte verbrieften Anspruch handelt es sich in der Regel um den werkvertraglichen Anspruch aus § 631 BGB<sup>3</sup> auf den Besuch des Stadions bzw. der (Konzert)veranstaltung. Schuldner wird regelmäßig der Veranstalter sein.

##### b) personalisierte Tickets

Bei Tickets, die auf den Namen einer bestimmten Person ausgestellt und damit personalisiert wurden<sup>4</sup>, handelt es sich wiederum um sog. qualifizierte Legitimationspapiere (bzw. Namenspapiere mit Inhaberklausel, oder auch: „hinkende Inhaberpapiere“<sup>5</sup>) i.S.v. § 808 BGB. Auch hierüber herrscht Einigkeit.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1508); LG Essen CR 2009, 395 (397); BeckOGK/Vogel § 807 Rn. 15; MüKoBGB/Habersack § 807 Rn. 10; PWW/Buck-Heeb § 807 Rn. 4; Staudinger/Marburger § 807 Rn. 5; Ensthaler/Zech NJW 2005, 3389 (3390); Slapnicar VuR 2006, 348 (350); Weller NJW 2205, 934 (935).

<sup>2</sup> MüKoBGB/Habersack § 807 Rn. 6.

<sup>3</sup> Slapnicar VuR 2006, 348 (349); Weller NJW 2205, 934 (935).

<sup>4</sup> Hierzu zählen auch Tickets, auf denen der Name erst eigenhändig durch den Erwerber in die dafür vorgesehene Zeile eingetragen wird, s. LG Hamburg GRUR-RR 2015, 72 (73).

<sup>5</sup> PWW/Buck-Heeb § 808 Rn.1.

In qualifizierten Legitimationspapieren wird ebenfalls ein Recht verbrieft, allerdings dergestalt, dass der Aussteller zur Leistung gegenüber einer bestimmten Person (oder dessen Rechtsnachfolger), und nicht gegenüber jedem Inhaber des Tickets (wie im Fall des kleinen Inhaberpapieres, s.o.), verpflichtet ist<sup>7</sup>.

Dabei ist es ausreichend, wenn der Berechtigte durch Auslegung der Urkunde bestimmbar ist<sup>8</sup>, auch Tickets auf denen der Name erst eigenhändig durch den Erwerber in die dafür vorgesehene Zeile eingetragen wird, können als qualifizierte Legitimationspapiere gewertet werden.<sup>9</sup>

c) elektronische Tickets

Zur Rechtsnatur der heutzutage vermehrt genutzten elektronischen Tickets („etickets“) lässt sich derzeit kaum etwas sagen. Bisweilen wird vorgeschlagen, auch elektronische Tickets, ungeachtet der Tatsache, dass sie beliebig oft ausgedruckt werden können, weiterhin als kleine Inhaberpapiere (bzw. qualifizierte Legitimationspapiere) einzuordnen, mit der Begründung, dass es auch hier der Wille des Veranstalters sei, an den Inhaber des Tickets zu leisten.<sup>10</sup> Durch den in der Regel aufgedruckten Barcode würde sichergestellt, dass nur einmal, nämlich an denjenigen, der das Ticket zuerst hergezeigt hat, geleistet werde.<sup>11</sup> Das mag für Tickets, die zum Ausdrucken bestimmt sind und zum Einlass immer noch in Papierform vorgezeigt werden müssen, möglicherweise gelten. Darüber hinaus stellt sich jedoch die Frage, wie Tickets, die nur in rein elektronischer Form, zum Beispiel in einer App, meist in Form eines QR-Codes, genutzt werden können<sup>12</sup>, rechtlich einzuordnen sind. Ob und inwieweit hier noch von einer „Verkörperung“ bzw. „Verbrieftung“ eines Anspruchs gesprochen werden kann und damit eine Einordnung als kleine Inhaberpapiere i.S.v. § 807 BGB bzw. als qualifizierte Legitimationspapiere i.S.v. § 808 BGB vorgenommen werden kann, ist damit soweit noch offen.

---

<sup>6</sup> OLG Hamburg MMR 2014, 595 (596); LG Hamburg GRUR-RR 2015, 72; BeckOGK/Vogel § 808 Rn. 20; MüKoBGB/Habersack § 808 Rn. 10; PWW/Buck-Heeb § 808 Rn. 2; Staudinger/Marburger § 808 Rn. 4; Gutzeit BB 2007, Heft 3 113 (114); Ensthaler/Zech NJW 2005, 3389 (3390); Slapnicar VuR 2006, 348 (350); Weller NJW 2205, 934 (935).

<sup>7</sup> MüKoBGB/Habersack § 808 Rn. 2.

<sup>8</sup> PWW/Buck-Heeb § 808 Rn. 1.

<sup>9</sup> So geschehen durch LG Hamburg GRUR-RR 2015, 72 (73).

<sup>10</sup> Ulbricht in Michow/Ulbricht § 8 Rn. 722.

<sup>11</sup> Ulbricht in Michow/Ulbricht § 8 Rn. 722.

<sup>12</sup> Ein Beispiel hierfür wäre das „Handy-Ticket“ in der App der Deutschen Bahn („DB Navigator“).

## 2. Übertragung von Tickets

Aufgrund der unterschiedlichen möglichen rechtlichen Einordnung von Tickets ergeben sich auch hinsichtlich der Art und Weise der Übertragung Unterschiede.

### a) Übertragung bei kleinen Wertpapieren

Die Übertragung kleiner Inhaberpapiere erfolgt nach den §§ 929ff. BGB. Das heißt, dass zunächst nur das Eigentum am Ticket selbst übertragen wird<sup>13</sup>. Der in der Eintrittskarte verbriefte Anspruch auf Besuch der Veranstaltung folgt dann dem Eigentum an dem Ticket und geht auf den neuen Inhaber über.<sup>14</sup> Damit genügt es grundsätzlich für die Übertragung des Tickets, wenn der bisherige Inhaber und der Erwerber sich über den Eigentumsübergang einigen und das Ticket übergeben wird. Eine Zustimmung des Veranstalters zur Übertragung des Tickets ist nach diesen Regelungen grundsätzlich nicht erforderlich, ebenso wenig muss die Übertragung dem Veranstalter angezeigt werden.

Da sich die Übertragung nach den §§ 929ff. BGB richtet, ist auch ein gutgläubiger Erwerb vom Nichtberechtigten nach den §§ 932ff BGB (§ 366 HGB) möglich.<sup>15</sup> Hinzu kommt dabei die Besonderheit, dass bei kleinen Inhaberpapieren nach § 807 BGB, ein gutgläubiger Erwerb gem. § 935 II BGB auch abhandengekommener, d.h. gestohlenen oder verlorenen Eintrittskarten möglich ist.<sup>16</sup>

### b) Übertragung durch Abtretung/bei Legitimationspapieren

Bei (qualifizierten) Legitimationspapieren hingegen funktioniert die Übertragung genau umgekehrt: Hier wird nicht das Eigentum an dem Ticket selbst übertragen, sondern die Forderung aus dem Ticket wird gem. §§ 398ff. BGB abgetreten.<sup>17</sup> Das Eigentum an dem Ticket selbst folgt dabei wiederum gem. § 952 II BGB der abgetretenen Forderung.<sup>18</sup>

Das hat zur Folge, dass ein gutgläubiger Erwerb nicht möglich ist, da dies einen in der deutschen Rechtsordnung nicht existenten, gutgläubigen Forderungserwerb darstellen würde. Ein gutgläubiger Eigentumserwerb an der Eintrittskarte selbst ist aufgrund von § 952 BGB ebenfalls nicht möglich.

Eine Anzeige an den Schuldner (i.d.R. der Veranstalter) ist allerdings auch bei der Übertragung durch Abtretung für deren Wirksamkeit grundsätzlich nicht

---

<sup>13</sup> MüKoBGB/Habersack § 807 Rn. 14; PWW/Buck-Heeb § 807 Rn. 5.

<sup>14</sup> Weller NJW 2005, 934 (935).

<sup>15</sup> MüKoBGB/Habersack § 807 Rn. 14; PWW/Buck-Heeb § 807 Rn. 5.

<sup>16</sup> MüKoBGB/Habersack § 807 Rn. 14; PWW/Buck-Heeb § 807 Rn. 5.

<sup>17</sup> BeckOGK/Vogel § 808 Rn. 25; Staudinger/Marburger § 808 Rn. 17.

<sup>18</sup> BeckOGK/Vogel § 808 Rn. 25; Staudinger/Marburger § 808 Rn. 17.

erforderlich. Eine Mitwirkung des Schuldners bei der Übertragung ist für eine wirksame Abtretung ebenfalls nicht notwendig, ein Widerspruchsrecht besteht grundsätzlich nicht.

### 3. *Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung*

Die unterschiedliche rechtliche Behandlung ist auch bei der Nutzbarkeit, bzw. der Legitimationswirkung von Tickets von nicht unerheblicher Bedeutung.

#### a) Legitimationswirkung kleiner Wertpapieren

Bei einer Einordnung von Tickets als kleine Inhaberpapiere im Sinne von § 807 BGB ergibt sich, dass der Aussteller (regelmäßig der Veranstalter) durch Leistung an jeden Inhaber des Tickets frei wird, §§ 807, 793 I 2 BGB.<sup>19</sup> Das Ticket muss hierfür gem. § 807, 797 BGB vorgelegt werden. Der Aussteller wird auch frei, wenn es sich bei dem Inhaber des Tickets nicht um den materiell Berechtigten handelt, §§ 807, 793 I 2 BGB.<sup>20</sup> Es besteht daher keine Pflicht des Ausstellers, die materielle Berechtigung desjenigen, der ihm das Ticket vorlegt, zu überprüfen.<sup>21</sup> Ganz im Gegenteil: Der Aussteller muss, lehnt er die Leistung an den Inhaber des Tickets ab, sogar dessen Nichtberechtigung beweisen.<sup>22</sup> Es wird somit zugunsten des Ticketinhabers vermutet, dass es sich bei ihm um den materiell Berechtigten handelt<sup>23</sup>, das Ticket entfaltet damit Legitimations- bzw. Liberationswirkung, zugunsten des Ausstellers.<sup>24</sup> Inhaber des Tickets ist grundsätzlich derjenige, der die tatsächliche Gewalt darüber ausübt.<sup>25</sup>

Die Vorschrift des § 793 I 2 BGB, welcher über § 807 BGB Anwendung auf die kleinen Inhaberpapiere findet und die Befreiung des Ausstellers durch Leistung an einen nichtberechtigten Inhaber des Tickets vorsieht, ist jedoch bei Bösgläubigkeit des Ausstellers einschränkend auszulegen<sup>26</sup>: Bei positiver Kenntnis des Ausstellers von der Nichtberechtigung ein Freiwerden desselben ausgeschlossen.<sup>27</sup> Umstritten ist jedoch, ob daneben auch grob fahrlässige Unkenntnis des Aussteller bzgl. der

---

<sup>19</sup> Vgl. Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 26.

<sup>20</sup> Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 26.

<sup>21</sup> MükoBGB/*Habersack* § 793 Rn. 35; PWW/*Buck-Heeb* § 793 Rn. 18.

<sup>22</sup> PWW/*Buck-Heeb* § 793 Rn. 18; Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 23.

<sup>23</sup> BeckOGK/*Vogel* § 793 Rn. 150; Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 23.

<sup>24</sup> Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 26.

<sup>25</sup> PWW/*Buck-Heeb* § 793 Rn. 17; Inhaber kann u.U. auch der mittelbare Besitzer sein, BeckOGK/*Vogel* § 793 Rn. 151; Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 24.

<sup>26</sup> MükoBGB/*Habersack* § 793 Rn. 36.

<sup>27</sup> PWW/*Buck-Heeb* § 793 Rn. 19; Staudinger/*Marburger* § 793 Rn. 27.

Nichtberechtigung für einen Ausschluss der Befreiungswirkung ausreichen soll.<sup>28</sup> Dieser Streit ist jedoch ohne große praktische Bedeutung.<sup>29</sup>

b) Legitimationswirkung im Rahmen der Abtretungslösung

Im Gegensatz zur Situation bei kleinen Inhaberpapieren, ist der Aussteller bei (qualifizierten) Legitimationspapieren nicht gegenüber jedem Inhaber, sondern nur gegenüber einer bestimmten Person (oder dessen Rechtsnachfolger) zur Leistung verpflichtet, s.o.

Der Aussteller daher auch berechtigt, die materielle Berechtigung zu prüfen<sup>30</sup>, bevor er Zutritt zur Veranstaltung gewährt. Das bloße Vorlegen des Ticketes genügt nicht als Nachweis und, anders als bei Tickets, bei denen es sich um kleine Inhaberpapiere handelt, entfaltet die bloße Inhaberschaft des Tickets keine Vermutungswirkung der materiellen Berechtigung zugunsten des Inhabers.<sup>31</sup>

Da der Aussteller jedoch gem. § 808 I 1 BGB mit schuldbefreiender Wirkung an jeden Inhaber einer Karte leisten kann, das Ticket also insofern Legitimations- bzw. Liberationswirkung entfaltet, besteht jedoch keine Verpflichtung, die Berechtigung zu überprüfen.<sup>32</sup> Umgekehrt kann derjenige Ticketinhaber, auf dessen Namen das Ticket nicht ausgestellt ist, gem. § 808 I 2 BGB die Leistung nicht alleine deshalb verlangen, weil er Inhaber des Tickets ist.

Der Veranstalter kann damit bei Vorlage frei entscheiden, ob er ohne Nachweis der Berechtigung durch den Vorlegenden leistet oder nicht.<sup>33</sup>

Eine Änderung des Tickets bei Erwerb ist daher nicht zwingend notwendig, der Nachweis der Berechtigung kann auch durch Vorlage einer Abtretungsurkunde erbracht werden.

Auch in dieser Konstellation ist der Veranstalter zum Einlass, genauer gesagt zur Leistung an den Gläubiger/Besucher nur verpflichtet, wenn dieser ihm die Eintrittskarte vorlegen kann, § 808 II BGB. Weil § 407 BGB bei einer nach § 808 BGB verbrieften Forderung nicht gilt, stellt es für den Veranstalter zudem ein Risiko dar, wenn er unter Verzicht der Vorlage der Urkunde an den Zedenten leistet.<sup>34</sup>

Ebenso wie bei den kleinen Inhaberpapieren nach § 807 BGB stellt sich auch bei den qualifizierten Legitimationspapieren nach § 808 BGB die Frage, wie sich

---

28 Kurze Darstellung des Meinungsstandes mit entsprechenden Nachweisen: MüKoBGB/*Habersack* § 793 Rn. 36.

29 MüKoBGB/*Habersack* § 793 Rn. 37.

30 BeckOGK/*Vogel* § 808 Rn. 30.

31 MüKoBGB § 808 Rn. 11.

32 PWW/*Buck-Heeb* § 808 Rn. 4.

33 MüKoBGB/*Habersack* § 808 Rn. 13.

34 MüKoBGB/*Habersack* § 808 Rn. 17.

die Bösgläubigkeit des Ausstellers auf die Befreiungswirkung gem. § 808 I 1 BGB auswirkt. Auch hier herrscht Einigkeit darüber, dass bei positiver Kenntnis des Ausstellers von der Nichtberechtigung des Inhabers die Befreiung ausgeschlossen sein soll.<sup>35</sup> Überwiegend wird heute darüber hinaus auch bei grob fahrlässiger Unkenntnis des Ausstellers ein Ausschluss der Befreiungswirkung angenommen.<sup>36</sup>

c) Legitimationswirkung bei elektronischen Tickets

Für rein elektronische Tickets lässt sich nach soweit keine Legitimationswirkung feststellen. Denkbar wäre, die im Rahmen der Abtretungslösung vorgestellten Grundsätze zu übertragen und eine Legitimationswirkung zugunsten des Veranstalters zwar anzunehmen, ihm gleichzeitig das Recht zur Überprüfung der materiellen Berechtigung vorzubehalten.

## II. Vertragliche Pflichten und Rechte

### 1. Verhältnis Veranstalter – Kunde

Sofern der Kunde das Ticket nicht direkt beim Veranstalter oder bei einem von diesem zum Vertragsabschluss eingesetzten Zwischenhändler erwirbt, kommt zwischen Veranstalter und Kunde kein Vertragsverhältnis zustande. Der Kunde ist in diesem Fall lediglich Inhaber der jeweils in dem Ticket verbrieften Forderung (s.o.).

### 2. Verhältnis Ticket(zweit)händler – Kunde

Bei dem zwischen dem Ticketzweithändler und dem Kunden geschlossenen Vertrag dürfte es sich regelmäßig um einen Kaufvertrag handeln. Der Erwerb eines Tickets, bei dem es sich um ein kleines Inhaberpapier handelt, stellt dabei – da hier die Verschaffung des Eigentums am Ticket als solches geschuldet ist – einen Kauf von Sachen i.S.v. § 433 BGB dar, während es sich beim Erwerb von Tickets, die im Rahmen der Abtretung übertragen werden, womit die Abtretung des im Ticket verbrieften Anspruches auf Besuch der Veranstaltung geschuldet ist – um einen Rechtskauf gem. § 453 I handelt, auf den die kaufrechtlichen Vorschriften entsprechende Anwendung finden.

Somit kommen neben allgemeinen schuldrechtlichen Vorschriften sämtliche kaufrechtlichen Vorschriften – bei gewerblichen Tickethändlern, die Tickets an

---

<sup>35</sup> PWW/Buck-Heeb § 808 Rn. 5.

<sup>36</sup> MüKoBGB/Habersack § 808 Rn. 15, mit entsprechenden Nachweisen.

Verbraucher vertreiben, auch die Vorschriften zum Verbrauchsgüterkauf der §§ 474 ff. BGB –zur Anwendung.

Im Rahmen des Online-Ticketerwerbs von einem gewerblichen Zweithändler stellt sich darüber hinaus jedoch die Frage, inwieweit die Vorschriften zu den besonderen Vertriebswegen der §§ 312ff. BGB zur Anwendung kommen können. Dabei ist insbesondere fraglich, ob dem Verbraucher bei einem Online-Ticketerwerb auch ein Widerrufsrecht nach § 312g I BGB zusteht.

Der Online-Ticketkauf lässt sich zunächst einmal problemfrei unter § 312 I BGB und weiter auch unter § 312c BGB fassen. Dies würde grundsätzlich auch ein Widerrufsrecht nach § 312g BGB nach sich ziehen. Es scheint jedoch nicht ganz klar zu sein, ob das Widerrufsrecht bei einem Online-Ticketkauf nach § 312g II Nr. 9 BGB ausgeschlossen ist. Bei einem direkten Erwerb des Ticket vom Veranstalter oder von einem vom Veranstalter zum Ticketverkauf beauftragten Händler ist dies unstreitig der Fall.

Zu dieser Frage findet lässt sich leider kaum etwas finden. Soweit liegen lediglich zwei Entscheidungen von unterinstanzlichen Gerichten zu § 312b III Nr. 6 BGB a.F.<sup>37</sup> vor, die zu (scheinbar<sup>38</sup>) gegenteiligen Ergebnissen kommen: Nach Ansicht des AG Wernigerode<sup>39</sup> ist der gewerbliche Weiterverkauf von Tickets nicht von der Ausnahme für Dienstleistungen im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen bei denen der Vertrag für die Erbringung einen spezifischen Termin oder Zeitraum vorsieht, erfasst, da es sich zum einen um einen Kauf- und nicht um einen Dienstleistungsvertrag handele und zum anderen weil der Ausnahmetatbestand des § 312b III Nr. 6 BGB a.F. nur den direkten Anbieter der Leistung, nicht aber den Drittanbieter erfassen soll. Dem AG Wernigerode zufolge besteht demnach ein Widerrufsrecht bei einem Erwerb vom gewerblichen Weiterkäufer.<sup>40</sup> Das AG München<sup>41</sup> wiederum vertritt die Ansicht, dass der gewerbliche Weiterverkauf von Tickets von der Ausnahme erfasst ist, da auch Kaufverträge unter den europarechtlich weit auszulegenden Begriff der Dienstleistung fallen, sei es ausreichend, dass es sich um eine Leistung im Freizeitbereich handele, die zu einem bestimmten Zeitpunkt bzw. innerhalb eines bestimmten Zeitraums erbracht werden soll. Die gegen die Entscheidung des AG München eingelegten Rechtsmittel, insbes. die beim BGH eingereichte Revision, blieben erfolglos.<sup>42</sup> Hinsichtlich der Entscheidung des AG München ist zu

---

<sup>37</sup> Heute § 312g II Nr. 9 BGB.

<sup>38</sup> So zumindest *Faustmann* MMR 2007, 743.

<sup>39</sup> AG Wernigerode MMR 2007, 402 (403).

<sup>40</sup> AG Wernigerode MMR 2007, 402 (403).

<sup>41</sup> AG München MMR 2007, 743.

<sup>42</sup> S. Anmerkung der Redaktion, *Faustmann*, MMR 2007, 743 (744), der entsprechende Beschluss des BGH konnte leider bis zur Abgabe des Gutachtens nicht eingesehen werden.

beachten, dass im zugrundeliegenden Sachverhalt die Käuferin den Tickethändler ausdrücklich um die Beschaffung der betreffenden Tickets gebeten hatte.<sup>43</sup> Das rückt die Entscheidung in ein anderes Licht: Die Beschaffung der Tickets auf ausdrücklichen Wunsch kann durchaus unproblematisch als Dienstleistung im Freizeitbereich eingeordnet werden<sup>44</sup> und daher vom Widerrufsrecht nach § 312g II Nr. 9 BGB erfasst sein. Nichtsdestotrotz bleibt die (zweifelhafte<sup>45</sup>) Argumentation des AG München zur Einordnung von Kaufverträgen über Tickets unter § 312g II Nr. 9 BGB in der Entscheidung selbst bestehen und bildet einen Gegensatz zu den Ausführungen des AG Wernigerode (s.o.). Da nicht bekannt ist, aus welchen Gründen der BGH beschloss, die Revision der Entscheidung des AG München zurückzuweisen<sup>46</sup>, bleibt damit die Frage, ob denn nun im Rahmen des Ticketzweithandels im Fernabsatz ein Widerrufsrecht des erwerbenden Verkäufers nach § 312g I BGB besteht, weiterhin offen.

### **III. Beschränkung der Übertragbarkeit durch AGB/Vertragliche Gestaltungen**

Da in Deutschland derzeit keine Regelung zum Ticketzweitmarkt existiert, Veranstalter allerdings regelmäßiges ein gewisses Interesse daran haben, Einfluss auf den Weiterverkauf von Tickets zu nehmen<sup>47</sup>, finden sich in den AGB zahlreicher Veranstalter Bestimmungen, die den Weiterverkauf von Tickets einschränken sollen oder ihn zumindest unter einen Zustimmungsvorbehalt des Erstverkäufers, bzw. des Veranstalters stellen. Hierzu finden sich, insbesondere im Bereich des Sports, zahlreiche Gerichtsentscheidungen, die sich mit Weiterveräußerungsverboten in AGB in den unterschiedlichsten Ausgestaltungen befassen. Eine der in diesem Zusammenhang am meisten angeführten Entscheidungen zum „nichtautorisierten“ Weiterverkauf von Tickets ist dabei wohl die „bundesligakarten.de“-Entscheidung des BGH aus dem Jahr 2009<sup>48</sup>, welche sich allerdings vornehmlich mit Fragen des Wettbewerbsrechts<sup>49</sup> beschäftigte.

Auch im Hinblick auf die Möglichkeit der Beschränkung des Weiterverkaufs von Tickets ist wiederum zwischen Tickets, die als kleine Inhaberpapiere und Tickets, die durch Abtretung übertragen werden, zu differenzieren.

---

<sup>43</sup> So *Faustmann* MMR 2007, 743 (744).

<sup>44</sup> *Faustmann* MMR 2007, 743 (744).

<sup>45</sup> So auch *Faustmann* MMR 2007, 743 (744).

<sup>46</sup> So *Faustmann* MMR 2007, 743 (744).

<sup>47</sup> S. z.B. *Michow/Ulbricht* Veranstaltungsrecht Rn. 717ff.

<sup>48</sup> BGH NJW 2009, 1504.

<sup>49</sup> S.u.VI.1..

### 1. Möglichkeit der Beschränkung bei kleinen Inhaberpapieren/Wertpapieren

In Bezug auf kleine Inhaberpapiere i.S.v. § 807 BGB ist eine Beschränkung des Weiterverkaufs mit Wirkung für Dritte durch vertragliche Vereinbarung nicht möglich. Da die Übertragung von kleinen Inhaberpapieren gem. §§ 929 ff. BGB erfolgt (s.o.), würde es sich bei einem vertraglich vereinbarten Weiterveräußerungsverbot um ein rechtsgeschäftliches Verfügungsverbot i.S.v. § 137 BGB handeln. Als solches hat es gem. § 137 S.1 BGB auf dinglicher Ebene keine Auswirkungen und kann eine Veräußerung somit nicht verhindern. Es entfaltet gem. § 137 S. 2 BGB jedoch schuldrechtliche Wirkung, sodass zumindest ein Anspruch auf Schadenersatz nach § 280 I BGB bei Verstoß gegen das Veräußerungsverbot in Betracht kommt. Da derartige Veräußerungsverbote regelmäßig in AGB vereinbart werden, unterliegen sie der Inhaltskontrolle nach § 307 BGB. Hierbei stellen sich ähnliche Fragen, wie sie sich auch bei Weitergabebeschränkungen in Bezug auf die Übertragung durch Abtretung in AGB stellen.<sup>50</sup>

Diskutiert wird allerdings, inwieweit auf den Tickets selbst aufgedruckte AGB, die den Weiterverkauf bzw. die Weitergabe beschränken sollen, als urkundliche Einwendungen nach § 796 Alt. 2 BGB, welcher gem. § 807 BGB auf die kleinen Inhaberpapiere entsprechend anwendbar ist, eingeordnet werden können.<sup>51</sup> Dies hätte zur Konsequenz, dass das sonst nur zwischen den Parteien wirkende Verbot auch Wirkung gegenüber Dritten entfaltet und der Aussteller sich gegenüber einem Dritten – gutgläubig oder nicht<sup>52</sup> –, der das Ticket auf dem Zweitmarkt erworben hat, darauf berufen und die Erfüllung (den Einlass zum Konzert/Fußballspiel) damit möglicherweise verweigern könnte. Das *LG Essen* lehnte dies allerdings mit der Begründung ab, dass durch eine Einordnung der auf dem Ticket abgedruckten AGB dem gem. § 137 S. 2 BGB eigentlich nur schuldrechtlich wirkenden Veräußerungsverbot dingliche Wirkung zukommen würde.<sup>53</sup> Dies widerspreche dem Charakter des nichtpersonalisierten Tickets als kleinem Inhaberpapier nach § 807 BGB, es würde dem Prinzip, dass bei kleinen Inhaberpapieren eine Leistungspflicht gegenüber der Inhaber nach §§ 793 I, 807 BGB besteht, völlig zuwiderlaufen.<sup>54</sup>

<sup>50</sup> Dementsprechend: s.u. III.2.

<sup>51</sup> LG Essen CR 2009, 395 (397); der BGH befasst sich in seinem „bundesligakarten.de“- nur im Nebensatz mit der Frage der Einordnung als urkundliche Einwendung und lässt die Frage dabei offen: BGH NJW 2009, 1504 (1508); in der Literatur z.B. *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (115); *Linsenbarth* WRP 2012, 1203 (1207).

<sup>52</sup> Vgl. *Linsenbarth* WRP 2012, 1203 (1207).

<sup>53</sup> LG Essen CR 2009, 395 (397).

<sup>54</sup> LG Essen CR 2009, 395 (397).

## 2. Möglichkeit der Beschränkung im Rahmen der Abtretungskonstellation

Hinsichtlich Tickets, die im Wege der Abtretung übertragen werden, gestaltet sich die Lage jedoch anders. Ein Weiterveräußerungsverbot ist in Form eines Abtretungsverbots (sog. *pactum de non cedendo*) mit Wirkung gegenüber Dritten nach § 399 Alt. 2 BGB grundsätzlich möglich. Ein solches Abtretungsverbot gilt jedoch nicht unbegrenzt: Zum einen, kann eine verbotswidrige Abtretung aufgrund der entsprechenden Anwendbarkeit der §§ 182 ff. BGB gem. § 135 II BGB nachträglich noch genehmigt werden.<sup>55</sup> Zum anderen kann gem. § 405 Alt. 2 BGB unter der Voraussetzung, dass die Abtretung unter Vorlage einer Urkunde erfolgt, welche der Schuldner über die Schuld ausgestellt hat – in diesem Fall das Ticket –, das Abtretungsverbot auch bei Gutgläubigkeit des Zessionars hinsichtlich des Verbots überwunden werden.<sup>56</sup> Letzteres wird in der Praxis wohl eher seltener eine Rolle spielen, da ein „Weiterverkaufsverbot“ in der Regel auf dem Ticket selbst abgedruckt und von einer Unkenntnis des Zessionars damit nicht auszugehen ist. Darüber hinaus müssten gewerbliche Händler, die als Aufkäufer tätig werden, die AGB der Veranstalter in der Regel kennen<sup>57</sup> bzw. sollten diese kennen.

Darüber hinaus ist die Etablierung eines Abtretungsverbotes nicht völlig einschränkungsfrei möglich. Da solche Abtretungsverbote (bzw. Einschränkungen der Abtretbarkeit) regelmäßig über die AGB des Ausstellers Teil des Vertrages – es handelt sich dabei laut *OLG Hamburg*<sup>58</sup> nicht um eine überraschende Klausel nach § 305c BGB – werden, ist deren Wirksamkeit nach § 307 BGB nur gegeben, wenn ein schützenswertes Interesse des Verwenders an dem Abtretungsverbot vorliegt, das das berechnigte Interesse des Kunden an der Abtretbarkeit des Tickets überwiegt.<sup>59</sup>

Ausgehend davon finden sich zahlreiche Gerichtsentscheidungen, die sich mit Weiterveräußerungsverboten und deren Zulässigkeit in AGB in allen denkbaren Ausgestaltungen befassen. Interessanterweise handelt sich bei der Mehrzahl der gefundenen Entscheidungen um solche, in denen der Veranstalter (oder auch der „autorisierte“ Ersthändler) gegen den Ticketzweithändler vorging, um einen Weiterverkauf zu untersagen<sup>60</sup> und damit überwiegend um lauterkeitsrechtliche Fallgestaltungen. Zu Konstellationen, in denen ein Kunde um die Möglichkeit des

---

<sup>55</sup> *Schmidt-Kessel* in Staudinger/Eckpfeiler (2012) H Rn. 36.

<sup>56</sup> *Schmidt-Kessel* in Staudinger/Eckpfeiler (2012) H Rn. 36.

<sup>57</sup> *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (115).

<sup>58</sup> OLG Hamburg MMR 2014, 595 (596), ebenso: *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (115); a.A.: *Slapnicar* VuR 2006, 348.

<sup>59</sup> BGH NJW 2006, 3486 (3487).

<sup>60</sup> Z.B. BGH NJW 2009, 1504; LG Hamburg Entscheidung vom 09.03.2011 – Az. 315 O 489/10; LG Hamburg GRUR-RR 2015, 72; LG Hamburg MMR 2010, 410; OLG Hamburg MMR 2014, 595

Weiterverkaufs oder die Zustimmung des Veranstalters zu einem Weiterverkauf stritt, lässt sich hingegen nur wenig finden.

Da die Zulässigkeit eines Weiterveräußerungsverbots abhängig vom Vorliegen und Überwiegen eines berechtigten Interesses des Veranstalters ist, ist die Frage nach der Zulässigkeit des Verbots letztlich immer eine Frage der Interessenabwägung.

(Berechtigte) Interessen des Verwenders können dabei beispielsweise die Unterbindung eines ausufernden gewerblichen „Schwarzmarkts“ mit überteuerten Tickets welcher durch das Aufkaufen großer Kartenkontingente durch gewerbliche Zweithändler und einer dadurch herbeigeführten Verknappung des Angebots mit entsprechender Preissteigerung entstehen könnte oder Sicherheitsbelange sein.<sup>61</sup> Auch die Motivation, weniger zahlungskräftigen Fans den Zugang zur Veranstaltung durch ein Verhindern des Weiterverkaufes zum höheren Preis auf dem Zweitmarkt zu ermöglichen, kann ein berechtigtes Interesse darstellen.<sup>62</sup>

Dem gegenüber steht auf Seiten des Erwerbers das Interesse an der wirtschaftlichen Nutzbarkeit des Tickets und einer flexiblen Weiterverwendungsmöglichkeit des Tickets.<sup>63</sup> Hinzu kommt, dass der Erwerber des Tickets seine Leistung (Zahlung des Ticketpreises/Entgeltes) bei Erwerb bereits erbracht hat, während die Leistung des Veranstalters (Einräumung des Konzertbesuches/Stadionbesuchs) noch aussteht.

Aus der Zusammenschau der betrachteten Entscheidungen zum Abtretungsverbot bei Tickets lässt sich jedoch eine gewisse Tendenz dahingehend erkennen, dass ein nicht gewerblicher Weiterverkauf nicht generell ausgeschlossen werden kann und eine Weiteräußerung zum aufgedruckten Preis, insbesondere bei Krankheit oder anderen Verhinderungsgründen, grundsätzlich möglich sein muss.

### 3. „Ungültigwerden“/„Sperrung“ bei Verstoß gegen das „Weiterverkaufsverbot“

Diskutiert wurde, insbesondere im Zusammenhang mit der FIFA Fussball-WM 2006 in Deutschland, neben der Zulässigkeit von „Weiterverkaufsverboten“, auch, inwieweit Klauseln, die einen automatischen Verfall einer Eintrittskarte bei Verstoß gegen ebenjenes Verbot vorsehen, als zulässig erachtet werden können. Derartige Klauseln werden zum Teil als antizipierter bzw. bedingter Schuldverlass

---

<sup>61</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1506) (bezogen auf Tickets in der Gestalt kleiner Inhaberpapiere); OLG Hamburg MMR 2014, 595 (597)

<sup>62</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1506) (bezogen auf Tickets in der Gestalt kleiner Inhaberpapiere) ; LG Hamburg GRUR-RR 2015, 72 (73); OLG Hamburg MMR 2014, 595 (597)

<sup>63</sup> OLG Hamburg MMR 2014, 595 (598)

nach § 397 BGB eingeordnet.<sup>64</sup> Unabhängig von der rechtlichen Einordnung kommt einer Klausel, die den Verfall bzw. die Sperrung des Tickets bei Verstoß gegen das Weitergabe-/Weiterverkaufsverbot vorsieht, Strafcharakter zu, womit es sich bei ihr um eine Vertragsstrafenabrede im Sinne der §§ 339 ff. BGB handelt.<sup>65</sup> Zwar ist § 309 Nr. 6 BGB hier nicht einschlägig, da keine der darin aufgeführten Verhaltensweisen sanktioniert werden soll, jedoch kann eine derartige Klausel eine unangemessene Benachteiligung darstellen und daher gem. § 307 I BGB unwirksam sein. Eine unangemessene Benachteiligung liegt in jedem Fall dann vor, wenn die Klausel als Einheitsstrafe für jedweden Verstoß gegen das Veräußerungsverbot, auch bei bloßen Veräußerungsversuchen, insbesondere wenn ein „automatischer“ Verfall ohne weitere Willenserklärung des Verwenders vorgesehen ist.<sup>66</sup>

Auch hier bleibt zu beachten, dass es sich bei einer solchen Verfallsklausel regelmäßig um eine AGB handelt, die vom Veranstalter gegenüber dem Ersthändler verwendet wurde und damit auch nur in diesem Verhältnis Geltung entfalten kann.<sup>67</sup>

#### **IV. Spezifische Regulierungen**

In Bezug auf den Ticketzweitmarkt in Deutschland lassen sich derzeit keine spezifischen Regulierungen finden, vielmehr werden Fragen des Ticketzweithandels im Rahmen der allgemeinen Regeln behandelt.

#### **V. Lauterkeitsrechtliche Fragen**

Diskussionen im Bereich des Ticketzweithandels finden in Deutschland hauptsächlich im Zusammenhang mit lauterkeitsrechtlichen Fragen statt. Auch die im Zusammenhang mit dem Weiterverkauf von Tickets häufig erwähnte Entscheidung des BGH<sup>68</sup> aus dem Jahr 2009 („bundesligakarten.de“) erging im Bereich des Lauterkeitsrechts.

---

<sup>64</sup> Weller NJW 2005, 934/937; geneigt, einen bedingten Schulderrlass anzunehmen: *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (118)

<sup>65</sup> *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (118)

<sup>66</sup> LG Essen CR 2009, 395f., welches in der Konsequenz und aufgrund der fehlenden Wirkung gegenüber Dritten, die Behauptung des Veranstalters, die Tickets verlören bei einem Kauf/Verkauf ihre Gültigkeit und berechtigten den Inhaber nicht mehr zum Einlass als Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 10 UWG a.F. einordnete; *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (118)

<sup>67</sup> Zu Überlegungen bzgl. der Einordnung von AGB als urkundliche Einwendungen i.S.v. § 796 BGB, s.o.

<sup>68</sup> BGH NJW 2009, 1504

### 1. Nichtautorisierter Handel

#### a) Schleichbezug

Der Bezug von nichtpersonalisierten Tickets vom Veranstalter oder einem von ihm eingesetzten Ersthändler durch einen gewerblich tätigen Weiterverkäufer stellt sich laut BGH, sofern die AGB des Veranstalters/Ersthändlers einen gewerblichen Weiterverkauf untersagen, als Schleichbezug und damit als gezielte Wettbewerberbehinderung nach § 4 Nr. 10 UWG a.F.<sup>69</sup> dar.<sup>70</sup> Bei diesem Verhalten handele es sich deshalb um Schleichbezug, weil durch Erwerb der Karten, durch welchen auch die AGB des Veranstalters/Ersthändlers, die ein Verbot der gewerblichen Weitergabe/Weiterveräußerung vorsahen, gleichzeitig die Erklärung abgegeben werde, die Tickets nur für private Zwecke zu nutzen, gleichwohl der erwerbende Tickethändler aber beabsichtige, diese gewerblich weiterzuverkaufen.<sup>71</sup>

Liegt ein solcher Schleichbezug vor, steht dem Veranstalter/Ersthändler ein Unterlassungsanspruch aus den §§ 3, 4 Nr. 10 UWG a.F. gegen den Ticketzweithändler zu.<sup>72</sup> Dies kann natürlich nur gelten, wenn die AGB wirksam einbezogen wurden und nicht gegen die §§ 307 ff. BGB verstoßen.<sup>73</sup> Einem Einbezug der AGB kann dabei eine mögliche Absicht des Händlers, diese nicht akzeptieren zu wollen, als rechtlich unerheblicher geheimer Vorbehalt nach § 116 BGB nicht entgegenstehen.<sup>74</sup>

#### b) Verleiten zum Vertragsbruch

Der Erwerb von nichtpersonalisierten Karten durch gewerbliche Tickethändler von Personen, die durch die AGB des Veranstalters/Ersthändlers gebunden sind, stellt dem BGH zufolge hingegen keinen Wettbewerbsverstoß dar.<sup>75</sup> Es handele sich dabei nicht um ein unlauteres Verleiten zum Vertragsbruch, sondern um ein bloßes Ausnutzen des Verstoßes anderer gegen die AGB des Veranstalters/Ersthändlers.<sup>76</sup> Letzteres stelle nur dann ein unlauteres Verhalten dar, wenn besondere Umstände hinzutreten.<sup>77</sup> Im Hinblick auf den

---

<sup>69</sup> BGH legte das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der bis zum 7.7.2004 geltenden Fassung zugrunde, da die infragestehende Begehung im Jahr 2003 war. Heute § 4 Nr.4 UWG.

<sup>70</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1506)

<sup>71</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1506)

<sup>72</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1506)

<sup>73</sup> Dazu III.

<sup>74</sup> *Körber/Heinlein* WRP 2009, 266 (268)

<sup>75</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1507)

<sup>76</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1507)

<sup>77</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1507)

verfassungsrechtlichen Hintergrund, namentlich des Grundrechts auf freie Berufsausübung, Art. 12 I GG, ist der unbestimmte Rechtsbegriff der Lauterkeit allerdings entsprechend eng auszulegen.<sup>78</sup> Dementsprechend ist es laut BGH nicht Aufgabe des außenstehenden Händlers, dafür zu sorgen, dass die vertraglichen Abreden zwischen Veranstalter und Ersterwerber eingehalten werden und daher kein unlauteres Verleiten/Ausnutzen zu einem fremden Vertragsbruch, wenn der Ankauf von Tickets angeboten wird.<sup>79</sup> Darüber hinaus fehle es an einem bewussten und zielgerichteten Einwirken auf bestimmte Karteninhaber: Lediglich damit zu werben, Karten für bestimmte Veranstaltungen anzukaufen bzw. den Verkauf auf dem Zweitmarkt zu ermöglichen, stelle bloß eine sog. *invitatio ad offerendum* dar und könne damit für ein bewusstes und zielgerichtetes Ausnutzen nicht ausreichen.<sup>80</sup> Hinzu komme der Umstand, dass die Tickets verkehrsfähig bleiben sollen: das Veräußerungsverbot wirke – bei nichtpersonalisierten Tickets - nur *inter partes*, sähe man den Ankauf von Dritten die an die AGB des Veranstalters gebunden sind, als Wettbewerbsverstöße, würde das jedoch zu einer quasi-dinglichen Wirkung des Verbotes führen.<sup>81</sup> Fraglich ist allerdings, ob sich daran nicht etwas durch Abdrucken der AGB auf den Tickets selbst und die dadurch nach § 796 BGB eingeführte Wirkung gegenüber Dritten, ändern würde.<sup>82</sup> Ungeklärt ist darüber hinaus auch, wie sich die Lage bei personalisierten Tickets darstellt, bei denen das in den AGB vereinbarte „Weiterverkaufsverbot“, wie gesehen<sup>83</sup>, nicht nur zwischen Veranstalter/Ersthändler und Ersterwerber, sondern auch gegenüber dem Zweiterwerber auswirkt. Allerdings werden sich hier wohl kaum Unterschiede ergeben. Das Vorliegen eines auch gegenüber Dritten wirkenden Veräußerungsverbots wird wohl nicht dafür ausreichen, besondere Umstände, die eine Unlauterkeit begründen würden, zum bloßen Ausnutzen hinzutreten zu lassen.

## 2. Vermittlerplattform (lauterkeitsrechtliche Verkehrssicherungspflichten)

Neben der Frage, ob ein Verleiten zum fremden Vertragsbruch durch Bereitstellen einer Plattform, auf der Tickets (gewerblich) weiterverkauft werden können, anzunehmen ist, stellt sich aus lauterkeitsrechtlicher Sicht zudem die Frage, inwieweit den Betreiber einer solchen Plattform lauterkeitsrechtliche Verkehrssicherungspflichten treffen. Eine derartige Pflicht wurde u.a. vom LG

---

<sup>78</sup> Körber/Heinlein WRP 2009, 266 (269).

<sup>79</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1508)

<sup>80</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1507)

<sup>81</sup> BGH NJW 2009, 1504 (1507)

<sup>82</sup> Vgl. *Gutzeit* BB 2007 Heft 3, 113 (119).

<sup>83</sup> S.o. III.2.

Hamburg<sup>84</sup> angenommen: Durch das Bereitstellen der Plattform zum Weiterverkauf von Tickets eröffne der Plattformbetreiber die Gefahr, dass Dritte die Interessen anderer Marktteilnehmer verletzen, die durch Wettbewerbsrecht geschützt sind. Es stelle eine unlautere Wettbewerbshandlung dar, wenn diese Gefahr nicht im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren begrenzt werde. Daher bestehe eine Prüf- bzw. Handlungspflicht des Betreibers, wenn er Kenntnis davon hat, dass auf seiner Plattform konkrete wettbewerbswidrige Angebote existieren.

Entscheidend ist dabei nach dem OLG Düsseldorf<sup>85</sup> die Kenntnis des Plattformbetreibers von Rechtsverstößen der die Plattform zum Verkauf nutzender Händler. Gem. § 7 II TMG trifft den Plattformbetreiber nämlich keine generelle Pflicht, auf seiner Plattform nach Rechtsverstößen zu forschen oder die auf ihr übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen.<sup>86</sup> Ab Kenntnis des Rechtsverstoßes – im Fall des LG Hamburg war dies ab Erhalt der entsprechenden Abmahnung<sup>87</sup> – muss der Betreiber dann tätig werden und den Rechtsverstoß beseitigen und im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren dafür Sorge tragen, dass kein erneuter Rechtsverstoß passieren kann.<sup>88</sup>

### 3. Irreführende Werbung

Auch was Irreführung der Kunden durch entsprechende Werbung betrifft, wäre ein Verstoß gegen das Lauterkeitsrecht, namentlich gegen Art. 5 I UWG, durch Zweittickethändler möglicherweise anzudenken<sup>89</sup>: Hierfür müsste im Einzelfall Dreierlei festgestellt werden: ob die betreffenden Aussagen objektiv falsch sind, ob sie sich dafür eignen, eine Fehlvorstellung beim Kunden hervorzurufen und ob sie für dessen Entscheidung zum Kauf der Tickets von Bedeutung waren.<sup>90</sup> Als lauterkeitsrechtlich bedenkliche Werbung denkbar wäre insbesondere eine Täuschung über den Ausverkauf der entsprechenden Veranstaltung wodurch der Kunde dazu bewegt werden soll, einen entsprechend höheren Preis zu zahlen, eine Täuschung über den Preis sofern dieser in Relation zu einem vermeintlich teureren Preis der offiziellen Verkaufsstellen gesetzt wird, eine Täuschung dadurch, dass der Eindruck erweckt wird, es handele sich um eine offizielle bzw. autorisierte Verkaufsstelle oder eine Täuschung über bestimmte

---

<sup>84</sup> LG Hamburg BeckRS 2011, 15985.

<sup>85</sup> OLG Düsseldorf CR 2011, 127.

<sup>86</sup> OLG Düsseldorf CR 2011, 127 (128); *Linsenbarth* WRP 2012, 1203 (1210); ebenso LG Hamburg Rn. 60.

<sup>87</sup> LG Hamburg Entscheidung vom 09.03.2011 – Az. 315 O 489/10 Rn. 62.

<sup>88</sup> *Linsenbarth* WRP 2012, 1203 (1210).

<sup>89</sup> S. *Bestmann* WRP 2005, 279 (280).

<sup>90</sup> *Bestmann* WRP 2005, 279 (281).

Vergünstigung, z.B. dass es sich bei den Tickets um „VIP-Tickets“ handle.<sup>91</sup> Im Jahr 2013 wurde durch das LG München I im Rahmen des einstweiligen Rechtsschutz in Bezug auf irreführende Werbung durch Ticketplattformen scheinbar entschieden, dass es irreführend nach § 5 I 2 Nr. 1 UWG sei, wenn Tickets angeboten werden, die auf dem Erstmarkt noch gar nicht verfügbar sind.<sup>92</sup> Ebenso scheint das Gericht – ebenfalls im Rahmen des einstweiligen Rechtsschutzes – eine Irreführung im Sinne von § 5 I 2 Nr. 1 UWG als gegeben angesehen zu haben, weil in der konkreten Aufmachung der Angebote der Plattform der Eindruck erweckt wurde, dass eine vertragliche Partnerschaft der Plattform mit dem Veranstalter vorliege.<sup>93</sup> Bei einem Verstoß gegen § 5 UWG kommen als Sanktionen Unterlassungsansprüche der Mitbewerber und der Verbände des § 8 III UWG sowie bei Verschulden des Täters eine Schadensersatzpflicht gegenüber den Mitbewerbern in Betracht.<sup>94</sup> U.U. käme auch eine Strafbarkeit nach § 16 I UWG in Betracht.<sup>95</sup>

## VI. Kartellrechtliche Fragen

Neben Fragen aus dem Bereich des Lauterkeitsrechts stellen sich im Bereich des Ticketzweithandels auch kartellrechtliche Fragen. Insbesondere in Konstellationen, in denen Veranstalter sich selbst bestimmter Zweithändler bedienen oder versuchen, andere Zweithändler auszuschließen, stellt sich die Frage nach Kartellrechtsverstößen.<sup>96</sup> Derartige Konstellationen sind überwiegend im Bereich des Fußballs zu finden.<sup>97</sup>

---

91 *Bestmann* WRP 2005, 279 (281), die einen genaueren Blick auf diese Konstellationen wirft.

92 *So Stopper/Karlin* CaS 2014, 320 (324) mit Verweis auf den entsprechenden Beschluss.

93 *So ebenfalls Stopper/Karlin* CaS 2014, 320 (324) mit Verweis auf den entsprechenden Beschluss.

94 *Emmerich* § 14 Rn. 2.

95 *Emmerich* § 14 Rn. 2.

96 Vgl. OLG Hamburg MMR 2014, 595.

97 Vgl. OLG Hamburg MMR 2014, 595; *Kraus/Oberrauch* EuZW 2006, 199; *dies.* SpuRt 2005, 147 (149f.).

---

## C. Länderbericht Frankreich zum Ticketzweithandel

*Dipl.jur. Ramona Sorgenfrei, Universität Bayreuth*

In Frankreich existieren schon seit ca. 100 Jahren strafrechtliche Verbote im Bereich des Ticketzweithandels. So sieht das "Loi de 1919"<sup>1</sup> bereits seit 1919 ein Verbot des Weiterverkaufs von staatlich subventionierten Tickets zu einem Preis über dem festgelegten Verkaufspreis vor. In der Vergangenheit häufte sich allerdings der Missbrauch in Form des Verkaufs gefälschter Tickets auf dem Zweitmarkt.<sup>2</sup> Darauf ist allerdings das "Loi de 1919" nicht anwendbar. Deshalb wurde mit dem "Loi n. 2012-348"<sup>3</sup> ein Gesetz eingeführt, welches diese Lücke durch einen breiteren Anwendungsbereich schließen und derartige Praktiken bestrafen soll. In Art. 3 dieses Gesetzes wurde Art. 313-6-2 Code pénal (Cp)<sup>4</sup> geschaffen, eine Strafnorm, die den Weiterverkauf von Veranstaltungstickets in gewohnheitsmäßiger Weise und ohne Zustimmung des Veranstalters verbietet. Weiterhin gab es zeitweilig im Sportrecht weitreichende Regelungen zum Schutz des Veranstalters, welche ihm seine umfassenden Verwertungsrechte auch zivilrechtlich sichern sollen. Diese Regelungen wurden zwischenzeitlich jedoch wieder aufgehoben und ihre Inhalte weitgehend in das strafrechtliche Verbot des

---

<sup>1</sup> "Loi du 27 juin 1919 portant répression du trafic des billets de théâtre." Das Gesetz in seiner französischen Version in der konsolidierten Fassung vom 24.06.2009 ist einsehbar auf: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006070724&dateTexte=20090624>.

<sup>2</sup> <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-ordonnance-de-refere-20-mars-2013/>; <http://www.magestionbilletterie.com/2013/07/24/juridique-que-faire-en-cas-de-fraude-de-la-billetterie/>.

<sup>3</sup> "Loi n° 2012-348 du 12 mars 2012 tendant à faciliter l'organisation des manifestations sportives et culturelles". Das Gesetz in seiner französischen Version in der konsolidierten Fassung vom 25.10.2017 ist einsehbar auf: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025490406>.

<sup>4</sup> Art. 313-6-2 Code pénal ist einsehbar auf <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006070719&idArticle=LEGIARTI000025492294> und lautet:

"Le fait de vendre, d'offrir à la vente ou d'exposer en vue de la vente ou de la cession ou de fournir les moyens en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une manifestation sportive, culturelle ou commerciale ou à un spectacle vivant, de manière habituelle et sans l'autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation de cette manifestation ou de ce spectacle, est puni de 15 000 € d'amende. Cette peine est portée à 30 000 € d'amende en cas de récidive.

Pour l'application du premier alinéa, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation du droit d'assister à la manifestation ou au spectacle."

Art. 313-6-2 Cp übernommen. Auch wegen dieser umfassenden strafrechtlichen Verbotsregelungen sind die zivilrechtliche Einordnung der Tickets und entsprechende, von dieser Einordnung abhängige Folgefragestellungen im französischen Recht nur wenig erörtert.

## I. Wirkungen des Tickets

Das für Tickets und deren weitere Übertragung maßgebende Zivilrecht findet sich in Frankreich grundsätzlich im Code Civil. Insoweit sind die allgemeinen Regeln des französischen Rechts auch Vorbild weiterer Europäischer Rechtsordnungen, auch wenn aus den vorliegend untersuchten Rechtsordnungen vor allem Italien und die Niederlande zwischenzeitlich eigene Wege beschritten haben. Soweit Zivilrecht angesichts der weitreichenden Wirkungen des Art. 313-6-2 Cp zur Anwendung gelangt, wird die Ermittlung des Stands der Dinge zusätzlich durch die Schuldrechtsreform von 2016 erschwert, die zahlreiche der hier anzusprechenden Fragen – darunter insbesondere auch das Abtretungsrecht – betrifft und zu der sich gesicherte Auffassungen und Rechtsprechungslinien erst noch entwickeln müssen.

### 1. Übertragbarkeit

Für die Frage der Übertragbarkeit von Tickets ist nach französischem Recht zu unterscheiden, ob dies über einen Verkauf des Tickets selbst, d.h. des "Papiers", erfolgt, oder ob eine Übertragung der Forderung vorzunehmen ist. Dabei ist zu beachten, dass das französische Recht lange Zeit keine eigenständige Regelung der Forderungsabtretung (*cession de créance*) kannte. Erst mit der großen Reform von 2016 wurde eine eigenständige Regelung der Übereignung in die Kodifikation eingefügt, die freilich die Trennung vom schuldrechtlichen Geschäft nur systematisch und auch nicht unbedingt vollständig durchführt,<sup>5</sup> nicht aber hinsichtlich der kausalen Verbindung des Vertrags mit der Verfügung über die Forderung.<sup>6</sup>

#### a) Einordnung der Rechtsnatur des Tickets

Eine eindeutige Einordnung der Rechtsnatur der Tickets lässt sich in der französischen Literatur nur schwer finden.<sup>7</sup> Der 2011 zur Untersuchung der

---

<sup>5</sup> Siehe nur Artt. 1689-1701-1 Cc mit ihren weitgehend schuldrechtlichen Regelungen.

<sup>6</sup> *Mekki*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 9 2016, S. 494 (503).

<sup>7</sup> Der Bericht von *Renard*, *Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France*, I. A. 1. (S. 2) beklagte 2011 das Fehlen hinreichender Auseinandersetzung des Schrifttums mit dem gesamten Fragekreis ausdrücklich. Offenbar hat sich daran bis heute nichts geändert.

aktuellen Rechtslage und der Problematiken des Ticketzweitmarkts vom französischen *Ministère de la culture et de la communication* beauftragte Bericht stellte zur Einordnung der Rechtsnatur von Tickets im Allgemeinen nur fest, dass diese Fragestellung der vertieften Erörterung durch Literatur und Rechtsprechung bedürfe. Im Falle des Weiterverkaufs ergäben sich nämlich, abhängig von der Einordnung als "Sache" und der damit verbundenen Übertragbarkeit mittels Sachkaufvertrag oder der Ansehung als "Titel" und der zur Übertragung erforderlichen *cession*, unterschiedliche Rechtsfolgen und Probleme.<sup>8</sup> Überträgt man diese Aussage von 2011 auf den heutigen Code Civil, so lassen sich diese Gedanken wie folgt aktualisieren:

Einerseits bestünde die grundsätzliche Möglichkeit der Übertragung eines gedruckten Tickets mittels Sachkaufvertrags. Insoweit ergäben sich durch die Änderung des Code Civil keine anderen Ergebnisse. Andererseits erscheint es weiter möglich, Tickets, die ja das Bestehen der Teilnahmerechte an Veranstaltungen bescheinigen sollen, als Beweis- oder Legitimationsurkunden für das Bestehen eines Anspruchs des Vorzeigenden einzustufen. Damit läge mit dem Ticket lediglich eine "Visualisierung" und Dokumentation des Anspruchs vor; relevant wäre dann allein die Übertragung des Anspruchs. Damit könnte im Ergebnis eine Übertragung eines Anspruchs mittels *cession* erfolgen. Nähme man bezogen auf die Änderungen im Code Civil an, dass eine Übertragung einer Forderung vorgenommen werden müsste, könnte die Übertragung des Tickets durch die Spezialform der *cession de créance* vorzunehmen sein. All dies lässt sich aber mit der vorhandenen Literatur nicht zweifelsfrei belegen, was auch in den Materialien zu den jüngeren Gesetzesänderungen so gesehen wird – insbesondere lassen sich (bislang) keine eindeutigen Nachweise zur Übertragung von Tickets mittels *cession de créance* bzw. allgemein zu den ihr unterfallenden Einzelfällen

---

<sup>8</sup> *Renard*, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, I. A. 1. (S. 2). Im Schrifttum finden sich für das Theater-Ticket gelegentlich ältere Äußerungen aus der 3. Republik, welche dieses als übertragbares Inhaberpapier eingeordnet. Eine Übertragung würde dann über Übergabe per Hand erfolgen, d.h. das Inhaberpapier als solches müsste übertragen werden. Ob diese Einordnung für die heutige Zeit noch Geltung findet, ist fraglich, zumal die betreffenden Äußerungen heute kaum mehr Beachtung finden. Ebenso ist nicht eindeutig, wie die übrigen Tickets einzuordnen sind. Eine allgemeingültige Aussage kann daher daraus nicht gezogen werden. Siehe insbesondere DALLOZ Répertoire Pratique, XII, Chap. 5 "Théâtre-spectacle" (Rn. 202): "*Qu'il s'agisse de billets d'auteurs, de billets cédés par des personnes qui n'ont pu en user personnellement ou même de billets ordinaires achetés d'avance dans un but de spéculation au bureau de location, ceux qui en sont porteurs ont, en principe et sauf quant aux billets dont le trafic est réprimé par la loi du 27 juin 1919, les mêmes droits que s'ils avaient pris eux-mêmes au guichet leur billet: le billet de théâtre constitue, en effet, un titre au porteur qui est susceptible d'être cédé et pour lequel la cession s'opère par sa simple remise de la main à la main. Il en serait, toutefois, autrement s'il s'agissait de certains billets de faveur pour lesquels il est expressément spécifié que ces billets ne sont délivrés avec la réduction de prix indiquée que sous la condition formelle qu'ils ne seront pas vendus*".

finden. Eine Differenzierung in Abhängigkeit von Personalisierungen der Tickets lässt sich jedenfalls weder Artt. 1321-1326 CC<sub>neu</sub> noch den – weitgehend unveränderten – Regeln zur *cession* (Artt. 1689-1701-1 Cc<sup>9</sup>) oder dem Sachkauf (Artt. 1582-1685 Cc) entnehmen.<sup>10</sup>

b) Allgemeines zu den jeweiligen Übertragungsmethoden

Zunächst soll analysiert werden, wie eine Übertragung mittels Sachkauf funktionieren würde. Da das französische Recht weder ein Trennungs- noch ein Abstraktionsprinzip kennt, entfaltet der Kaufvertrag nach dem in Frankreich geltenden Konsensprinzip auch eine rechtsübertragende (translative) Wirkung,<sup>11</sup> Art. 1196 I CC<sub>neu</sub>.<sup>12</sup> Durch einen Kaufvertrag über Sachen, der insoweit auch Vorbild für den Forderungskauf ist, wird dementsprechend grundsätzlich<sup>13</sup> unmittelbar das Eigentum an einer Sache an den Erwerber übertragen (Konsensprinzip), wobei die Gegenleistung in der Zahlung einer Geldsumme besteht.<sup>14</sup> Hervorzuheben ist, dass eine gesonderte Übereignungspflicht nicht gesetzlich normiert wurde und wegen des französischen Konsensprinzips auch für den Regelfall nicht normiert zu werden braucht: Eine Partei ist nur zur Leistung dessen verpflichtet, was konkret vereinbart wurde.<sup>15</sup> Ist der Verkäufer noch nicht Eigentümer der Sache, so besteht die Verpflichtung des Verkäufers darin, sich dieses zunächst zu verschaffen und sodann zu übereignen.<sup>16</sup> Kann er sich das Eigentum nicht verschaffen, so ist der Vertrag grundsätzlich nach Art. 1599 Cc relativ nichtig.<sup>17</sup> Unter bestimmten Bedingungen schützt Art. 2276 Cc – bei

---

<sup>9</sup> Ausweislich Art. 1701-1 CC<sub>neu</sub> finden die Artt. 1689-1691 und 1693

<sup>10</sup> Hingegen spielt die für den Finanzdienstleistungssektor wichtige *cession Dailly* (dazu etwa *Kramme*, Der Konflikt zwischen Bankgeheimnis und Refinanzierungsabtretungen, 30 ff.) für Ticket von vornherein keine Rolle. Nur selten werden Kartenpreise zudem die Schwelle des Beweisformerfordernisses nach Art. 1359 CC<sub>neu</sub> i.V.m. dem neu gefaßten Art. 1 des Décret n°80-533 du 15 juillet 1980 pris pour l'application de l'article 1341 du code civil von 1.500 € erreicht werden, so daß es für die Übertragung in der Praxis keiner Schriftform bedarf.

<sup>11</sup> *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 103 (S. 200).

<sup>12</sup> „*Dans les contrats ayant pour objet l'aliénation de la propriété ou la cession d'un autre droit, le transfert s'opère lors de la conclusion du contrat.*“.

<sup>13</sup> Ist die Sache noch nicht hergestellt oder noch nicht konkretisiert worden, so muss im Vertrag eine hinreichend bestimmte Einigung der Parteien erfolgen. Der Eigentumsübergang findet dann erst mit Herstellung oder (zumindest idR einvernehmlicher) Konkretisierung der Sache statt: *Ducouloux-Favard*, Chapitre I, Section I (p. 101).

<sup>14</sup> *Ducouloux-Favard*, Chapitre préliminaire, Section I (p. 2).

<sup>15</sup> Cf. *Ducouloux-Favard*, Chapitre préliminaire, Section I, II (p. 2).

<sup>16</sup> *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 103 (S. 200).

<sup>17</sup> Art. 1599 Cc: "*La vente de la chose d'autrui est nulle : elle peut donner lieu à des dommages-intérêts lorsque l'acheteur a ignoré que la chose fût à autrui.*"; siehe auch *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 103 (S. 202).

Sachen – auch den gutgläubigen Erwerber vom Nichtberechtigten.<sup>18</sup> Für den Sachkauf gelten die Artt. 1582-1685 Cc.<sup>19</sup> Der Begriff der Sache ist im französischen Recht sehr weit zu verstehen: So sind bewegliche wie unbewegliche und körperliche wie unkörperliche Güter erfasst.<sup>20</sup> Nicht als Sachen anzusehen sind dagegen Forderungen (*créances*).<sup>21</sup> Würde das Ticket also in Form eines Sachkaufs übertragen, d.h. würde das "Papier" als solches veräußert werden müssen, so bedürfte es eines entsprechenden Kaufvertrages zwischen dem Ticketzweithändler und dem Zweiterwerber. Dabei wäre der Schutz des gutgläubigen Erwerbers des Tickets von einem Nichtberechtigten gegebenenfalls nach Art. 2276 Cc möglich.

Anders gestaltet ist die Übertragung von Forderungen: Maßgeblich für die war insoweit bislang der Gläubigerwechsel durch die allgemeine Regelung der *cession* in den weitgehend unverändert gebliebenen Artt. 1689 ff. Cc.<sup>22</sup> Eine *cession* ist dabei (nach wie vor) die Übertragung eines dinglichen Rechts oder eines persönlichen Recht gegen Entgelt oder unentgeltlich.<sup>23</sup> "Forderungskäufe" unterfielen (und unterfallen weitgehend immer noch) mangels Sachqualität zwar nicht den Regelungen des Sachkaufs, dafür aber den Regelungen der *cession*, welche sich systematisch ebenfalls im Kapitel VIII. des 6. Titels "*de la vente*", ergo den Vorschriften zum Kauf, im Code Civil befindet. Wegen der Doppelfunktion der kaufvertraglichen Regelungen als Schuldbegründung und Rechtsübertragung sind hier gleichermaßen die *Zession* wie die Einstandspflicht des Zedenten

---

18 Art. 2276 Cc: "*En fait de meubles, la possession vaut titre.*

*Néanmoins, celui qui a perdu ou auquel il a été volé une chose peut la revendiquer pendant trois ans à compter du jour de la perte ou du vol, contre celui dans les mains duquel il la trouve ; sauf à celui-ci son recours contre celui duquel il la tient.*"; siehe auch Sonnenberger in: Sonnenberger/Classen, Rn. 103 (S. 202).

19 Sonnenberger in: Sonnenberger/Classen, Rn. 103 (S. 200).

20 Ducouloux-Favard, Chapitre préliminaire, Section I (p. 2); Dutilleul/Delebecque, Chapitre 2, Rn. 121 ff.

21 Ducouloux-Favard, Chapitre préliminaire, Section I (p. 2).

22 Zu den Veränderungen durch die Neuregelung der *cession de créance* in den Artt. 1321-1326 Cc<sub>neu</sub> s. sogleich. Die auf die Forderungsabtretung gemünzten Artt. 1692, 1694, 1695 Cc<sub>alt</sub> sind der Sache nach in Artt. 1321 III, 1326 Cc<sub>neu</sub> übernommen worden. Neben den Regeln der *cession* gibt es noch die Möglichkeit der Übertragung mittels *subrogation*, bei welcher eine Forderung nach Artt. 1346 ff. Cc<sub>neu</sub> gesetzlich oder vertraglich vereinbart (vgl. Artt. 1346-1 und 1346-2 Cc<sub>neu</sub>) übergehen soll,. Zudem existiert die Übertragung mittels der eher seltenen Form der subjektiven *novation*, bei welcher der Gläubiger oder Schuldner aufgrund einer Parteivereinbarung gewechselt wird, Art. 1329 Cc. Siehe zu beiden Instituten unter der alten Rechtslage, d.h. für Artt. 1250 f. bzw. 1271 Cc<sub>alt</sub> Sonnenberger in: Sonnenberger/Classen, Rn. 100 (S. 189).

23 Schmidt-König, Rn. 462. Die *cession* befindet sich im Kapitel VIII des Titels VII, welches lautet: "Du transport de certains droits incorporels, des droits successifs et des droits litigieux".

geregelt.<sup>24</sup> Gemäß Art. 1694 CC<sub>alt</sub> einzustehen hatte der Zedent nur für die Existenz der abgetretenen Forderung, nicht aber für deren Bonität.<sup>25</sup> Für die Wirksamkeit der *cession* ist zwischen jener zwischen den Parteien und der Wirkung nach außen zu differenzieren: Die Rechtsübertragung erfolgt(e) durch den Vertragsschluss zwischen den Parteien, entfaltet(e) aber Drittwirkung nur nach Anzeige an den Schuldner oder durch dessen formalisierte (*acte authentique*) Annahme, Art. 1690 Cc.<sup>26</sup> Das gilt freilich nicht soweit ein – auch außerhalb des Handelsverkehrs mögliches – Orderpapier über die Forderung ausgestellt ist.<sup>27</sup> Auch ohne Orderklausel wird die Ausstellung eines Papiers über die Forderung von der Rechtsprechung als vorweggenommenes Einverständnis des Schuldners mit der Übertragung durch Übergabe angesehen.<sup>28</sup>

Mit der Reform des französischen Vertragsrechts 2016 haben die *cession de créance* und die *cession de dette* ganz allgemein Einzug in den Code Civil erhalten.<sup>29</sup> Die *cession de créance*, die "Übertragung von Forderungen", entspricht funktional weitgehend einer im deutschen Recht nach §§ 398 ff. BGB erfolgenden Abtretung. Geregelt ist sie in Artt. 1321-1326 Cc<sub>neu</sub>. Nach der Definition der *cession de créance* in Art. 1321 Cc<sub>neu</sub> ist eine *cession de créance* eine Vereinbarung, bei welcher der abtretende Gläubiger (Zedent) seine Forderung gegen den Schuldner der abgetretenen Forderung ganz oder teilweise an einen Dritten, den Zessionar, entgeltlich oder unentgeltlich überträgt.<sup>30</sup> Daneben bleiben – zumindest für kaufartige Konstellationen – die verbleibenden Regelungen der herkömmlichen *cession* anwendbar; Art. 1701-1 Cc<sub>neu</sub> nimmt hiervon freilich die Artt. 1689-1691 und 1693 Cc aus. Auch die Wirksamkeit der *cession de créance* erfordert im Innenverhältnis nur einen Vertragsschluss zwischen den Parteien. Seit der Reform ist nun aber eine strikte Schriftform für den sonst nichtigen

---

24 Cf. *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 100 (S. 190).

25 Cf. *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 100 (S. 190). Die Regelung ist für Forderungen in Art. 1326 Cc<sub>neu</sub> übernommen worden.

26 Vgl. für die bisherige Forderungsabtretung *Sonnenberger* in: *Sonnenberger/Classen*, Rn. 100 (S. 190).

27 Civ. 31. 10. 1906, DP 1908, 1, 497. Siehe auch Cass.Com., 15. 3. 1976, Bulletin 1976 IV Nr. 97 S. 82. Ebenso für Luxemburg Cass. 12. 6. 2008, Nr. 2486/08.

28 Cass.Com., 15. 1. 2002, Bulletin 2002 IV Nr. 10.

29 Geregelt sind diese in Artt. 1321 ff. Cc<sub>neu</sub> bzw. Artt. 1327 ff. CC<sub>neu</sub>. Die *cession* als solche ist dabei als Abtretung von Verträgen zu verstehen, die *cession de créance* als Forderungsabtretung und die *cession de dette* meint die Übertragung von Schulden im Sinne einer Schuldübernahme. Siehe allgemein dazu *d'Avout*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 9 2017, S. 457 (457 f.).

30 Frei übersetzt von der Bearbeiterin; französische Version des Art. 1321 Abs. 1 Cc: "*La cession de créance est un contrat par lequel le créancier cédant transmet, à titre onéreux ou gratuit, tout ou partie de sa créance contre le débiteur cédé à un tiers appelé le cessionnaire.*" Siehe auch *Terré/Simler/Lequette*, Rn. 1274; cf. *d'Avout*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 9 2017, S. 457 (459).

Forderungsabtretungsvertrag in Art. 1322 Cc<sub>neu</sub> ausdrücklich vorgeschrieben.<sup>31</sup> Das Anzeigeeerfordernis ist in Art. 1324 I Cc<sub>neu</sub> erhalten geblieben, die Ersetzung der Anzeige durch die Zustimmung des Schuldners bleibt möglich. Würden Tickets also mittels einer Abtretung der verkörperten Forderung übertragen, so wäre dafür heute Schriftform erforderlich. Auch beim Erfordernis der Anzeige ist es geblieben, wobei mangels gegenteiliger Anhaltspunkte davon auszugehen ist, daß die Rechtsprechung zu Orderklauseln und anderen Verkörperungen fortgeführt werden wird.

## 2. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?

Zivilrechtlich sind für die Übertragung des Tickets sowohl über einen Sachkauf als solchen als auch über die nach obigen Ausführungen allein maßgebliche *cession (de créance)* keine Mitwirkungserfordernisse, d.h. weder ein Zustimmungs- noch ein Widerspruchsrecht, ausdrücklich im Code Civil normiert. Insbesondere bestimmt Art. 1321 IV Cc<sub>neu</sub> ausdrücklich die Entbehrlichkeit der Zustimmung des Schuldners für Übertragungen durch *cession de créance*. Konkret bedeutet dies im Falle einer Übertragung der im Ticket dokumentierten Forderung an einen Zweitkäufer mittels *cession de créance* die Entbehrlichkeit der Zustimmung des Veranstalters. Rückausnahme von dieser Entbehrlichkeit ist nach Art. 1321 IV Cc<sub>neu</sub> a.E. die nicht für übertragbar bzw. abtretbar erklärte Forderung – hier ist für die Wirksamkeit einer gleichwohl vorgenommenen Abtretung die Zustimmung des Schuldners ausnahmsweise erforderlich.

Nach Art. 313-6-2 Cp ist jedoch nunmehr die Zustimmung des Veranstalters für die Straffreiheit gewohnheitsmäßiger Ticketverkäufe zwingend vonnöten. Damit macht Art. 313-6-2 Cp eine derartige "Mitwirkung" im Sinne einer Zustimmung des Veranstalters auch für die zivilrechtliche Wirksamkeit von Kaufvertrag und Übertragung – jedenfalls indirekt – erforderlich. Denn grundsätzlich ist im französischen Zivilrecht nach dem neuen Art. 1128 Cc<sub>neu</sub> Dreierlei notwendig, damit ein Vertrag wirksam ist: Der Konsens der Parteien, ihre Vertragsfähigkeit und ein rechtmäßiger und bestimmter Vertragsinhalt ("*un contenu licite et certain*").<sup>32</sup>

Bis zur Reform 2016 enthielt Art. 1133 Cc<sub>alt</sub> eine ausdrückliche Definition der "*illicéité*", der für die zivilrechtliche Wirksamkeit des Vertrages damals noch relevante Rechtswidrigkeit des Rechtsgrundes (der *cause*): Danach lag die "*illicéité*" der *cause* vor, wenn dieser gesetzlich verboten war oder gegen die guten

<sup>31</sup> Voirin/Goubeaux, Chapitre 1, Section 1 § 1 Conditions de la cession de créance, p. 570

<sup>32</sup> Art. 1128 Cc<sub>neu</sub>: "*Sont nécessaires à la validité d'un contrat :1° Le consentement des parties ; 2° Leur capacité de contracter ; 3° Un contenu licite et certain*".

Sitten oder die öffentliche Ordnung verstieß.<sup>33</sup> Mit der Reform des Code Civil im Jahr 2016 wurden die Artt. 1131-1133 Cc<sub>alt</sub> allerdings durch die Artt. 1162, 1169 und 1170 Cc<sub>neu</sub> ersetzt.<sup>34</sup> Diese enthalten nun abgeänderte Regelungen zur Bestimmung der Rechtswidrigkeit des nunmehr einzig relevanten Vertragsinhalts (des *contenu*).<sup>35</sup> Maßgeblich für die aufgeworfene Frage der "*illicéité*" ist Art. 1162 Cc<sub>neu</sub>, wonach der Vertrag weder durch seine Bestimmungen noch durch seinen Zweck von der öffentlichen Ordnung abweichen darf, unabhängig davon, ob dies allen Parteien bekannt ist oder nicht.<sup>36</sup> Das Abstellen auf die Einhaltung der öffentlichen Ordnung regeln schon der neue Art. 1102 Cc<sub>neu</sub><sup>37</sup> sowie der unveränderte Art. 6 Cc<sup>38</sup>. Diese normieren, dass die Vertragsfreiheit nur im Rahmen des gesetzlich Erlaubten möglich ist, wobei von den Interessen der *ordre public* gerade nicht abgewichen werden kann.<sup>39</sup> Nichtsdestotrotz sollte schon wegen des Wortlauts des Art. 1128 Cc<sub>neu</sub> die "*licéité*", die Rechtmäßigkeit, des Vertragsinhalts als solche weiterhin beachtlich bleiben, weshalb der Vertrag eben gerade nicht gegen Strafnormen verstoßen darf. Rechtsfolge eines rechtswidrigen Vertragsinhalts ist nach Art. 1178 Cc<sub>neu</sub> die anfängliche Nichtigkeit des Vertrages, wobei diese vom Richter ausgesprochen werden muss, sofern die Parteien dies nicht bereits selbst einvernehmlich so festgelegt haben.

Daraus ergibt sich, dass bei fehlender Zustimmung des Veranstalters und Vorliegen der übrigen Voraussetzungen des Art. 313-6-2 Cp ein Verstoß gegen ein Strafgesetz vorläge, was zivilrechtlich einen "*contenu illicite*", einen rechtswidrigen Vertragsinhalt im Sinne des Art. 1128 Nr. 3 Cc<sub>neu</sub> darstellen

---

<sup>33</sup> Frei übersetzt von der Verf. ; Art. 1133 Cc<sub>alt</sub>: "*La cause est illicite, quand elle est prohibée par la loi, quand elle est contraire aux bonnes mœurs ou à l'ordre public.*"

<sup>34</sup> Siehe dazu sowie zu weiteren Verschiebungen und Änderungen die Gegenüberstellung unter <https://aurelienbamde.com/2016/06/11/reforme-du-droit-des-obligations-table-de-concordance-le-contrat/>. Das Konzept der *cause* oder *causa*, das dem heutigen deutschen Recht gleichfalls nur noch in Bruchstücken bekannt ist (vgl. *Schlechtriem/Schmidt-Kessel*, Schuldrecht Allgemeiner Teil, 6. Aufl. 2005, Rn 22 ff.), hat das französische Recht durch diese Änderungen weitgehend aufgegeben.

<sup>35</sup> Siehe hierzu auch *Rowan*, B. 3. (S. 10).

<sup>36</sup> Frei übersetzt von der Verf.; Art. 1162 Cc<sub>neu</sub>: "*Le contrat ne peut déroger à l'ordre public ni par ses stipulations, ni par son but, que ce dernier ait été connu ou non par toutes les parties*". Siehe hierzu auch *Mekki*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 7 2017, S. 375 (382) und *Mekki*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 9 2016, S. 494 (499 f.).

<sup>37</sup> Art. 1102 Cc<sub>neu</sub> "*Chacun est libre de contracter ou de ne pas contracter, de choisir son cocontractant et de déterminer le contenu et la forme du contrat dans les limites fixées par la loi. La liberté contractuelle ne permet pas de déroger aux règles qui intéressent l'ordre public*".

<sup>38</sup> Art. 6 Cc "*On ne peut déroger, par des conventions particulières, aux lois qui intéressent l'ordre public et les bonnes mœurs*".

<sup>39</sup> <http://magalie-guerrero.over-blog.com/2016/08/1-ordonnance-du-10-fevrier-2016-portant-reforme-du-droits-des-obligations-modifie-la-regle-des-conditions-de-validite-du-contrat-l-a>.

würde.<sup>40</sup> Folge ist die Nichtigkeit des Vertrages. Für die wirksame zivilrechtliche Übertragbarkeit des Tickets ist wegen Art. 313-6-2 Cp also eine Mitwirkung im Sinne einer Zustimmung des Veranstalters erforderlich. Für genau diese Folge hatte sich bereits der Verfasser des Gutachtens zur Rechtslage von vor Einführung des Art. 313-6-2 Cp ausgesprochen, welcher neben der Analyse der damaligen rechtlichen und tatsächlichen Situation auch eine Empfehlung für die Inhalte des neuen Verbotsgesetzes und entsprechende Formulierungsvorschläge abgeben sollte.<sup>41</sup> Sie ist unabhängig von der genauen Qualifikation des Tickets.

### 3. Anzeige an den Veranstalter erforderlich?

Die Zustimmung des Veranstalters zur generellen Übertragung unterstellt, ist fraglich, ob für die Übertragung des Tickets auch eine Anzeige an den Veranstalter erforderlich ist. Für die Übertragung mittels Sachkauf ist kein Anzeigeverfordernis ersichtlich. Unterstellt man die Übertragbarkeit in Form der *cession*, so war nach dem Stand des Code Civil bis 2016 für die Wirksamkeit nach außen stets auf die förmliche Zustellung der Mitteilung an den Schuldner durch einen Gerichtsvollzieher bzw. auf dessen notarielle Anerkennung iSd Art. 1690 Cc<sub>alt</sub> abzustellen.<sup>42</sup> Mit der Reform des französischen Schuldrechts wurde jedoch – wie bereits erörtert – die spezielle *cession de créance* im Code Civil normiert, in welcher die Anzeigevoraussetzungen erleichtert wurden: So regelt Art. 1324 Cc<sub>neu</sub>, dass die *cession de créance* im Außenverhältnis nur wirksam werden soll, wenn der bisherige Schuldner dem entweder im Vorhinein zugestimmt hat oder ihm die *cession de créance* in jeglicher Form mitgeteilt wurde, respective er von ihr Kenntnis erlangt hat.<sup>43</sup> Nachdem für den straffreien Verkauf der Tickets die Zustimmung des Veranstalters aber ohnehin erforderlich ist, kann darin auch eine vorherige Zustimmung im Sinne der oben aufgeführten Rechtsprechung gesehen werden. Sollte eine Übertragung mittels *cession de créance* erfolgen, so müsste die Übertragung des Tickets dann nicht mehr zusätzlich angezeigt werden.

<sup>40</sup> <https://www.nextinpact.com/news/78770-revente-illicite-billet-concert-statut-d-hebergeur-est-inoperant.htm>.

<sup>41</sup> Renard, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, III. A. (S. 3).

<sup>42</sup> Sonnenberger in: Sonnenberger/Classen, Rn. 100 (S. 190). Damals war die *cession de créance* noch nicht im Code Civil normiert, sodass nur auf die allgemeinen Regeln der *cession* in Artt. 1689 ff. Cc<sub>alt</sub> maßgeblich waren.

<sup>43</sup> <http://www.cbbl-lawyers.de/frankreich-schuldrechtsreform---das-neue-vertragsrecht/rechtsnews/1975>.

#### 4. Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung

Die Legitimationswirkung des Tickets ergibt sich aus der in der reform 2016 ausgeweiteten Gutgläubensvorschrift des Art. 1342-3 CC<sub>neu</sub>, welcher die Folge der Leistung an einen dritten Scheingläubiger, der nur als rechtmäßiger Besitzer des Tickets auftritt, beantwortet. Nach Art. 1342-3 CC<sub>neu</sub> ist eine Leistungsbefreiung des Schuldners bei gutgläubiger Leistung an einen als Neugläubiger auftretenden Dritten ausdrücklich vorgesehen. Art. 1240 CC<sub>alt</sub> beschränkte diese Regel noch auf einen Scheingläubiger „*qui est en possession de la créance*“ und suggerierte so das Erfordernis der Inhaberschaft eines Dokuments der Forderung,<sup>44</sup> während heute die gutgläubige Leistung an einen Scheingläubiger ausreicht, so dass auch ein Dokument der Forderung als Rechtsscheinträger nicht erforderlich ist. Konkret bedeutet dies, dass auch unrechtmäßige Besitzer durch Vorzeigen eines Tickets Zutritt zur Veranstaltung erlangen könnten. Gerade bei digitalen Tickets ohne hinreichenden Kopier- und Duplikationsschutz ist dies sehr einfach möglich.

Es besteht also ein umfassender Schutz des Schuldners bei gutgläubiger Leistung an den Nichtberechtigten. Der Anspruch auf die Leistung ist damit erloschen. Konkret bedeutet dies für Veranstaltungen, dass der reine Besitz des Tickets den Besitzer legitimiert und mit gutgläubigem Einlass des Vorweisenden die Leistung des Veranstalters erbracht wurde. Ob darüber hinaus auch durch Anwendung der Besitzvermutung nach Art. 2276 Cc bei Annahme eines Sachkaufs ein gutgläubiger Erwerb des Tickets möglich ist, hat sich nicht klären lassen, ist freilich nicht sehr wahrscheinlich.

Auch regelt Art. 290 quater des Code général des impôts in seinem Absatz 1, dass Betreiber an Orten, an denen Aufführungen mit Eintrittspreis organisiert werden, für jeden Zuschauer ein Ticket ausstellen oder vor dem Zugriff auf den Aufführungsort in einem computerisierten Systemeintrag speichern müssen. Tun sie dies nicht, so müssen Betreiber von Nachtclubs und Tanzlokalitäten ihren Kunden nach Art. 290 quater Absatz 2 ein Ticket aus einer Registrierkasse ausstellen. Verstöße gegen diese Bestimmungen werden nach Absatz 3 wie bei indirekten Beiträgen beobachtet, strafrechtlich verfolgt und bestraft. Aus einem Umkehrschluss dieser Norm ergibt sich aber ebenfalls auch eine Legitimationswirkung des Tickets im Sinne einer Beurkundung der Teilnahmerechte an der Veranstaltung.

---

<sup>44</sup> Bereits vor 2016 war die Rechtsprechung jedoch recht großzügig, s. etwa – für den Scheinbeauftragten – Com. 5. 10. 1993, Bulletin 1993 IV Nr. 319 S. 230.

### 5. Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets?

Aus keiner zivilrechtlichen Norm des französischen Rechts geht hervor, dass eine Übertragung auch in Form einer Änderung des Tickets erfolgen muss. Denn nirgends ist geregelt, dass die Tickets regelmäßig personalisiert sein müssen oder sonst an die Person des Erstkäufers gebunden sein sollen. Auch ist dies aus dem Zustimmungserfordernis des Veranstalters zur Übertragbarkeit des Tickets nicht pauschal mittels Umkehrschluss zu folgern. Wenn vielmehr Tickets nur allgemein das Bestehen des Teilnahmerechts bescheinigen, so ist eine Änderung des Tickets zugunsten des Zweiterwerbers mangels persönlicher Legitimation des Erwerbers wohl nicht zwingend vonnöten. Zudem zeigen Existenz und Regelungsinhalt des Art. 1342-3 Cc<sub>neu</sub>, dass eine Leistungsbefreiung auch durch gutgläubige Leistung an den als Berechtigten auftretenden Dritten möglich ist. Weil die Legitimationswirkung des Tickets aber an das Vorzeigen des Papiers geknüpft ist, ist keine Änderung des Tickets zugunsten eines tatsächlichen Neugläubigers erforderlich.

## II. (Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte

Wie schon in Art. 313-6-2 Cp definiert,<sup>45</sup> ist ein Ticket ein "*titre d'accès*", ein Zugangstitel zu einer Veranstaltung. Abhängig von einer möglichen Übertragung der Verwertungsrechte durch einen Abtretungs- oder Mitverwertungsvertrag sind entweder der Veranstalter oder der Vertreiber ("*diffuseur*") für den Verkauf der Karten verantwortlich. Damit ist das Ticket ein Vertrag zwischen dem Besucher der Veranstaltung und dem Veranstalter bzw. ggf. dem Vertreiber der Tickets. Dieser ist eine Mischung aus Mietvertrag und Dienstvertrag. Der Zuschauer mietet durch den Kauf des Tickets einen Platz für die Aufführung und ist Gläubiger einer vom Veranstalter der Veranstaltung unter den im Programm und auf den Plakaten genannten Bedingungen zu erbringenden Dienstleistung.<sup>46</sup> Weitere Rechte des Erwerbers aus dem Ticket finden sich im französischen Recht nicht geregelt: Im *Code du sport* (Cs) finden sich zivilrechtliche Regelungen, die den Schutz des Veranstalters bewirken: Nach Art. L. 333-1 Cs sind die Veranstalter die alleinigen originären Inhaber der

<sup>45</sup> Art. 313-6-2 Absatz 2 Cp: "*Pour l'application du premier alinéa, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation du droit d'assister à la manifestation ou au spectacle*".

<sup>46</sup> *Renard* (Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, I. A. 1. (S. 2)) wertet Art. L132-1 IV Ccons<sub>alt</sub> (heute der Sache nach Art. L212-1 IV Ccons<sub>neu</sub>) als Beleg für diese Auffassung. Die Vorschrift erstreckt den Anwendungsbereich der AGB-Kontrolle ausdrücklich auch auf verschiedene Dokumente einschließlich *billets* und *tickets*.

Verwertungsrechte an ihren Sportveranstaltungen, sodass hier ein umfassendes Leistungsschutzrecht für sie besteht.<sup>47</sup> Die vertraglichen Rechtsbeziehungen zu den Besuchern der Veranstaltungen sind hier nicht näher geregelt.

Für das Bestehen und den Umfang vertraglicher Pflichten zwischen dem Ticketzweithändler und dem Zweiterwerber bzw. dem Veranstalter ist maßgeblich, ob der Ticketzweithändler als Vertreter des Veranstalters oder eigenständig auftritt. Die allgemeinen Regeln zur *représentation*, der Stellvertretung, finden sich in Artt. 1153 Cc<sub>neu</sub>.<sup>48</sup> Nach Art. 1154 Cc<sub>neu</sub> ist bei wirksamer *représentation* der Vertrag zwischen dem Vertretenen und dem Dritten geschlossen.<sup>49</sup> Damit wäre bei *représentation* des Veranstalters durch den Tickethändler der Vertrag zwischen dem Erwerber des Tickets und dem Veranstalter geschlossen.

Im Falle eigenständigen Auftretens des Ticketzweithändlers dagegen liegt ein Vertrag über den Kauf der Forderung zwischen dem Zweiterwerber und dem Zweithändler vor. Dann war regelmäßig zunächst der Zweithändler Vertragspartner des Veranstalters. Damit war er originärer Inhaber der Forderung gegen den Veranstalter. Mit der *cession de créance* kann diese auf den Zweiterwerber übertragen werden. Die *cession* bewirkt, dass alle Rechte und Pflichten aus dem bisherigen Vertragsverhältnis auf den neuen Gläubiger übergehen. Dabei wird bei einem ausgestellten Ticket regelmäßig von der Möglichkeit einer Übertragung ohne Anzeige an den Veranstalter auszugehen sein.

---

<sup>47</sup> Stopper/Karlin, CaS 2014, Kapitel 2.1, S. 320 (322). Frei übersetzt besagt Art. 333-1 Cs: "*Die Sportverbände sowie die in Artikel L 331-5 genannten Organisatoren von Sportveranstaltungen sind Inhaber des Verwertungsrechts an den von ihnen organisierten Sportereignissen oder Wettbewerben*". Französische Version: "*Les fédérations sportives, ainsi que les organisateurs de manifestations sportives mentionnés à l'article L. 331-5, sont propriétaires du droit d'exploitation des manifestations ou compétitions sportives qu'ils organisent*". Nach Art. L 333-1-1 Cs beinhaltet dieses Nutzungs- und Verwertungsrecht sogar das Recht, Sportwetten auf die Veranstaltung exklusiv zu erlauben (Art. 333-1-1 Cs: "*Le droit d'exploitation défini au premier alinéa de l'article L. 333-1 inclut le droit de consentir à l'organisation de paris sur les manifestations ou compétitions sportives*").

<sup>48</sup> Erfasst ist hier die "*représentation externe*", d.h. die Vertretung dem Vertreter bzw. dem Vertretenen einerseits und dem Dritten auf der anderen Seite. Orientiert wurde sich bei der Schaffung der Artt. 1153 ff. Cc<sub>neu</sub> an europäischen bzw. internationalen Regelungen. Siehe hierzu *Fauvarque-Cosson*, in: *Recueil Dalloz*, Heft 14 2017, S. 793 (795).

<sup>49</sup> Die Wirksamkeit der Stellvertretung setzt das offenkundige Handeln im fremden Namen mit Vertretungsmacht voraus, vgl. Artt. 1153 ff. Cc<sub>neu</sub>.

### III. Vertragliche Gestaltungen

In Frankreich sind Inhaltskontrollen nicht detailliert gesetzlich geregelt. Zwar finden sich seit 2016 auch Neuregelungen zur AGB-Kontrolle insbesondere in Art. 1171 Cc<sub>neu</sub>, wo diese erstmals für das allgemeine Vertragsrecht festgeschrieben wird. Für Verbraucherverträge setzt ebenfalls seit 2016 Art. L212-1 ff. Ccons<sub>neu</sub> (anstelle der früheren Art. L132-1 ff. Ccons<sub>alt</sub>) den Kern der Klauselrichtlinie 93/13/EG um. Weitere Grenzen der Parteiautonomie ergeben sich bei "illicite" des Vertragsinhalts, da bei einem rechtswidrigen Vertragsinhalt der Vertrag als anfänglich nichtig einzustufen ist.<sup>50</sup> Grundsätzlich sind Regelungen zu Wiederverkäuflichkeit und Übertragbarkeit disponibel, sodass die Parteien individuelle Regelungen treffen können. Interessant ist hier ein Blick auf die tatsächlich benutzten AGB der Ticketanbieter, um so mögliche Abweichungen und Gestaltungsspielräume untersuchen zu können. Nach Auswertung der AGB großer Ticketanbieter<sup>51</sup> lässt sich dabei festhalten, dass diese alle ähnliche AGB aufweisen.

#### 1. Einschränkungen der Übertragbarkeit

Bezüglich der Übertragbarkeit gilt nach oben Gesagtem, dass diese nur bei Zustimmung der Veranstalter wirksam ist. Die Zustimmung des Veranstalters ist wegen der zwingenden Regelung in Art. 313-6-2 Cp auch unabdingbar. Sie kann zwar konkludent erteilt werden, ist aber stets Voraussetzung für die Wirksamkeit der Übertragung der Tickets. In den AGB der Veranstalter bzw. Tickethändler finden sich Klauseln, die den Verkauf ohne die ausdrückliche Zustimmung des Veranstalters verbieten. Auch finden sich Regelungen, die den Verkauf der Tickets zu einem Preis, der höher ist als der auf der Vorderseite des Tickets, untersagen. Beide Klauseln wären zwar nicht zwingend notwendig, bedenkt man die zwingende Anwendbarkeit der Art. 313-6-2 Cp, zeigt aber die in diesen Fällen

<sup>50</sup> Siehe oben sub I. 3.

<sup>51</sup> Siehe beispielsweise:

Art. 9.2 der AGB von Francebillet: <http://www.francebillet.com/editorial.do?page=cgv>;

Art. 8.2 - 8.4 der AGB von COMEXPOSIUM:

<https://www.themisweb.fr/files/0393/PARK/filesinfos/ConditionsdeventePGW.html>;

Art. 4 der AGB von Billetterie FFR: <https://billetterie.ffr.fr/fr/ConditionsGenerales?tkn=16-2m7/0M11502y0jaL5Q2m5k6u0wf25W3uwRE0WKEZJXk=&token=342b6dec4f65f0c032981a158109a9a5>;

siehe auch : [https://www.dispobillet.com/web/dispobillet/mise\\_en\\_vente](https://www.dispobillet.com/web/dispobillet/mise_en_vente);

<http://www.stadefrance.com/fr/content/conditions-generales-de-vente-et-dutilisation-espace-particuliers>;

<http://www.numerama.com/magazine/25419-1ere-condamnation-d-un-site-de-revente-de-billets-de-concerts.html>.

nicht erfolgende Zustimmung der Veranstalter. Da die Zustimmung versagt wurde, folgt zivilrechtlich die Unwirksamkeit einer Übertragung des Tickets wegen Rechtswidrigkeit der Verpflichtung.

Zudem behält sich der Veranstalter oftmals vor, Ticketbörsen zu benennen, in welchem er den Weiterverkauf erlaubt – im Übrigen wird die Weiterveräußerung verboten. Weitergehend wird oftmals auch die unentgeltliche Überlassung der Tickets an Dritten, die nicht "Gäste des Erwerbers" sind, verboten. Jene Klauseln wären als eingeschränkte bzw. fallgruppenbezogene Zustimmung des Veranstalters iSd Art. 313-6-2 Cp zu sehen; zudem wäre hier auch zivilrechtlich eine vorherige Einwilligung iSd Art. 1326 CC<sub>neu</sub> anzunehmen. Eine *cession de créance* wäre damit ohne weitere Anzeige möglich.

## 2. Neuausstellung von Tickets

Die Neuausstellung von Tickets wird üblicherweise in den AGB bereits gegenüber dem Ersterwerber weitestgehend eingeschränkt. Beispielsweise regeln die AGB von Francebillet, dass ein Ticket auch im Falle eines Verlustes oder Diebstahls nicht zurückerstattet werden kann. Es kann auch weder zurückgenommen noch ausgetauscht werden, außer im Falle einer Stornierung einer Veranstaltung. Diese Erstattung greift nur zugunsten des ursprünglichen Käufers gegen die Zustellung des Tickets ein. In allen Fällen werden keinerlei Gebühren erstattet oder entschädigt. Auch bei Verlust oder Diebstahl können keine doppelten Tickets ausgestellt werden. Beim Einchecken am Eingang des Veranstaltungsortes kann ein gültiger Identitätsnachweis mit Foto angefordert werden, der dem auf dem Ticket eingeschriebenen Namen entspricht. Ähnliche Regelungen finden sich auch in Art. 4 der AGB von Billetterie FFR oder Artt. 8.2 ff. der AGB von COMEXPOSIUM.

## IV. Technische Gestaltungen

Art. 313-6-2 Cp knüpft für die Einstufung als Ticket, d.h. als "Zugangstitel", weder an eine bestimmte Form noch an einen vorgegebenen Aussteller an. Damit ist für die Strafbarkeit des Wiederverkäufers die Bereitstellung des Tickets als Karte im Sinne eines Dokuments, Codes oder auf jedem denkbaren Medium möglich, sofern es die Erlangung des Rechtes auf Teilnahme an der Veranstaltung oder der Show durch den Produzenten, den Veranstalter oder den Inhaber des Rechts bestätigt. Dies erscheint auch zeitgemäß, haben doch sowohl der Ticketverkauf als auch die Präsentation der Tickets wegen der im digitalen Zeitalter stattfindenden technischen Veränderungen eine Wandlung bzw. Erweiterung erfahren: Der Straßenverkauf wird weitgehend durch online-

Verkaufsstellen ersetzt, dem e-Ticket kommt immer mehr eine enorme Bedeutung zu. Im Fall von papierlosem Ticketing wird das Ticket ohne physische Unterstützung in einer Computerdatenbank gespeichert. In Frankreich ist das dematerialisierte Ticketing seit 2007 in Gebrauch und ermöglicht den Verkauf von Tickets per Internet oder per Handy als print-at-home-Tickets.<sup>52</sup>

Damit einhergehend ergeben sich aber auch Geschäftsänderungen und neue Praktiken der Verkäufer zum An- und Verkauf der Tickets. Insbesondere finden gebündelte Einkäufe, das Anbieten oder Verkaufen in Bündeln sowie die Organisation privater Konzerte statt. All diese Praktiken könnten für Erhebungen von Urheberrechtsbeiträgen und Unterhaltungssteuern sowie für die zukünftige Entwicklung des Yield-Managements (die Echtzeit-Preisgestaltung von Waren und Dienstleistungen) auf dem Ticketmarkt problematisch werden.<sup>53</sup> Zudem häuften sich auch in Frankreich professionelle Wiederverkäufer und automatisierte An- und Verkaufsprogramme.<sup>54</sup>

Was die Überprüfung des Verkaufs nur rechtmäßig angebotener, nicht gefälschter Tickets betrifft, so ist der Host der Website verantwortlich für die Überprüfung seiner Anbieter und deren Inhalte; dies wurde u.a. vom *Tribunal de commerce de Paris* ausdrücklich festgestellt.<sup>55</sup>

## V. Spezifische Regulierungen und Urteile

### 1. Spezifische Regulierungen im französischen Recht

Schon seit ca. 100 Jahren ist in Frankreich das "*Loi de 1919*" in Kraft, welches den teureren Weiterverkauf von Theaterkarten verbietet, sofern diese staatlich subventioniert wurden.<sup>56</sup> Schwäche dieses Gesetzes ist aber dessen nicht

---

<sup>52</sup> Renard, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, I. A. 1. (S. 2).

<sup>53</sup> Renard, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, I. B. (S. 2).

<sup>54</sup> Renard, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, II. A. (S. 2).

<sup>55</sup> Siehe hierzu sowie zu weiteren Urteilen unten VI. und <https://www.nextinpact.com/news/78770-revente-illicite-billet-concert-statut-d-hebergeur-est-inoperant.htm>.

<sup>56</sup> Loi du 27 juin 1919 portant répression du trafic des billets de théâtre. Version consolidée au 24 juin 2009:

*Art. 1: Toute personne convaincue d'avoir vendu ou cédé, d'avoir tenté de vendre ou céder, à un prix supérieur à celui fixé et affiché dans les théâtres et concerts subventionnés ou avantagés d'une façon quelconque par l'Etat, les départements ou les communes, ou moyennant une prime quelconque, des billets pris au bureau de location ou de vente desdits théâtres ou concerts, sera punie d'une amende de seize (anciens) francs à cinq cents (anciens) francs.*

*En cas de récidive dans les trois années qui ont suivi la dernière condamnation, l'amende pourra être portée à 3 750 F.*

umfassender Regelungsbereich: So ist der Anwendungsbereich nur bei staatlich subventionierten Tickets eröffnet und weiterhin bei online-Verkäufen ausgenommen. Das Gesetz ist nach wie vor in Kraft. Vor allem im Sportrecht bestehen zudem weitreichende Regelungen zum Schutz des Veranstalters, welche ihm seine umfassenden Verwertungsrechte auch zivilrechtlich sichern sollen.<sup>57</sup> Spezielle Regelungen zum Ticketzweithandel enthielt diese Kodifikation jedoch nur sehr kurzfristig im Jahre 2012 in Art. L332-22 Cs<sup>alt</sup>,<sup>58</sup>, bevor sie in der allgemeineren strafrechtlichen Regelung des Art. 313-6-2 Cp aufgingen.<sup>59</sup>

Wegen auftretender Missbrauchs- und Betrugsfälle im Internet wurde zunächst versucht, mit Art. 53 LOPPSI 2 eine neue Verbotsnorm für den online-Verkauf der Tickets zu schaffen, die jedoch vom *Conseil Constitutionnel* wegen Unverhältnismäßigkeit verworfen wurde.<sup>60</sup> Deshalb wurde in einem erneuten Versuch der verhältnismäßigen und lückenloseren Regelung zunächst Art. L 332-22 Cs für das Sportrecht etabliert. Nur wenige Wochen später wurde diese

---

*Art. 2: Toutefois, des organismes habilités par le ministre de l'éducation nationale peuvent vendre dans leurs bureaux à un prix majoré de 20 % au maximum les billets que les établissements visés à l'article précédent peuvent leur céder.*

*Toute vente à un prix majoré de plus de 20 % entraînera pour son auteur les sanctions prévues à l'article précédent.*

*Un arrêté du ministre de l'éducation nationale fixera, pour les organismes visés ci-dessus, la réglementation spécialement applicable à la vente des billets de théâtres nationaux. Fundstelle: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006070724&dateTexte=20171009> (gültige Fassung).*

<sup>57</sup> Stopper/Karlin, CaS 2014, Kapitel 2.1, S. 320 (321).

<sup>58</sup> Art. L. 332-22 Cs enthielt nahezu wortlautidentisch (nur eben speziell auf Sportveranstaltungen zugeschnitten) die später eingeführten Bestimmungen des umfassenderen Art. 313-6-2 Cp: "*Le fait de vendre, d'offrir à la vente ou d'exposer en vue de la vente ou de la cession ou de fournir les moyens en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une manifestation sportive, de manière habituelle et sans l'accord de l'organisateur de ladite manifestation sportive, est puni d'une peine d'amende de 15 000 €.*

*Est considéré comme titre d'accès à une manifestation sportive tout titre, document, message ou code, quels qu'en soient la forme ou le support, attestant de l'obtention auprès de l'organisateur de ladite manifestation du droit d'y assister.*

*Cette peine est portée à 30 000 € d'amende en cas de récidive.*

*Les personnes morales déclarées responsables pénalement de l'infraction définie au premier alinéa encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues à l'article 131-38 du code pénal, les peines prévues à l'article 131-39 du même code".*

<sup>59</sup> Die durch Loi 2012-157 zum 1. 2. 2012 eingeführte Vorschrift trat bereits am 12. 3. 2012 mit Einführung des allgemeinen Straftatbestandes durch Loi 2012-348 wieder außer Kraft und unterschied sich – abgesehen vom Anwendungsbereich – im Verbotstabestand kaum von Art. 313-6-2 Cp.

<sup>60</sup> Entscheidung vom 10.03.2011: Décision du Conseil constitutionnel n° 2011-625 DC du 10 mars 2011. Zu den Hintergründen siehe ausführlich *Renard*, Rapport sur la situation de la billetterie du spectacle vivant en France, II. B. (S. 15) und *Cohen/Brignon*, Rn. 10. sowie <https://www.nextinpact.com/archive/59121-revente-billet-internet-concert.htm>.

Verschärfung der Verkaufsverbote dem Code du sport entnommen und mit Art. L 313-6-2 Cp als allgemeine Strafnorm verabschiedet.

Inhalt beider Regelungen ist bzw. war das Verbot des gewohnheitsmäßigen („*de manière habituelle*“) Verkaufs von Tickets ohne die Zustimmung des Veranstalters. Insbesondere wurde mit Art. 313-6-2 Cp das Verkaufsverbot allgemein im Code pénal und nicht nur im Code du sport verankert. Nur so könne – so die Begründung – ein lückenloser Schutz gewährleistet werden; zudem sei nicht ersichtlich, warum ein derartiges Verbot nur für Sporttickets und nicht allgemein für Veranstaltungstickets normiert werden solle.<sup>61</sup>

Voraussetzung für die Strafbarkeit des Wiederverkäufers ist, dass er ein Veranstaltungsticket von Sport-, Kultur- oder kommerziellen Veranstaltungen von Live-Veranstaltungen (oder darstellender Kunst) in gewohnheitsmäßiger Weise ohne Genehmigung des Veranstalters verkauft, zum Kauf anbietet oder übertragen möchte. Liegen die Voraussetzungen vor, so ist ein Bußgeld bis zu 15.000 €, bei Wiederholung bis zu 30.000 € fällig. Die Vorschrift dient – wie auch schon die Vorgängernorm Art. L332-22 C<sub>alt</sub> – dem Schutz des Verwertungsrechts des Veranstalters.

## 2. Urteil des *Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale* gegen Viagogo auf Basis des "Loi de 1919"

Der *Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale* erließ bereits am 06.11.2012 ein Urteil gegen Viagogo.<sup>62</sup> Darin wurde Viagogo verpflichtet, rechtswidrig auf seiner Seite eingestellte Angebote zum Verkauf von Konzerttickets zu beseitigen, fortan zu unterlassen und Kompensationszahlungen an die Klägerin zu leisten.

Die 3. Kammer für Handelssachen der *Cour d'appel de Rennes* war in zweiter Instanz mit dem Verfahren betraut: Zunächst hatte die Klägerin im Jahr 2011, d.h. vor Erlass des Art. 313-6-2 Cp, im Eilverfahren vor dem *Tribunal de Grande Instance de Brest* beantragt, Viagogo zur Entfernung aller bisherigen, gegenwärtigen und zukünftigen Anzeigen für den Verkauf und Kauf von Eintrittskarten vom Festival des Vieilles Charrues, zu verurteilen, deren Preis entweder nicht angegeben oder höher als der Nennwert des Tickets war. Dem folgte das erstinstanzliche Gericht am 11.07.2011. Zudem wurde Viagogo zur Zahlung einer Entschädigung an die Klägerin verurteilt, die auch die Gewinne Viagogos abschöpfen sollte. Eine Veröffentlichung der Entscheidung des Gerichts

---

<sup>61</sup> *Cohen/Brignon*, Rn. 343.

<sup>62</sup> *Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale*, Arrêt du 6 novembre 2012, <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>

auf der Homepage der Beklagten zur Information der Ticketkäufer wurde jedoch abgelehnt. Grundlage der Entscheidung war damals allerdings die *Loi de 1919*, sodass für den Erfolg des Antrags mitentscheidend war, dass die Tickets zu höheren Preisen als dem Nennwert verkauft wurden oder die Preise nicht angegeben waren.

Viagogo legte Berufung gegen die Entscheidung ein, welcher sich die Klägerin unter Verweis auf gewünschte höhere Kompensationszahlungen anschloß. Nach Würdigung und Verwerfen der Einwendungen Viagogos zur Unzuständigkeit des Gerichts der ersten Instanz<sup>63</sup> entschied der *Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale*, dass das *Tribunal de Grande Instance de Brest* territorial zuständig war. Begründung dafür war, dass trotz des Sitzes Viagogos in einem anderen Staat (Großbritannien) ein hinreichender, substantieller oder signifikanter Zusammenhang zwischen dem Sachverhalt und dem behaupteten Schaden bestünde, der die territoriale Zuständigkeit der französischen Gerichte begründe. Durch die französische Ticketseite würden nämlich primär französische Käufer angesprochen und primär seien Veranstaltungen im französischen Staatsgebiet betroffen.<sup>64</sup>

Materiell war und blieb der Antrag auf einstweiligen Rechtsschutz begründet, weil Viagogo die Tickets über dem Nennwert verkauft hatte und weil die Tickets im Ergebnis staatlich subventioniert wurden. Dazu führte das Gericht jedoch aus, dass diese Subvention nicht nur für Veranstaltungen gelte, die durch die Gewährung öffentlicher Gelder unterstützt würden, sondern auch für Veranstaltungen, die von jeglichen Vorteilen profitieren, die von öffentlichen Stellen gewährt würden. Weil die Klägerin nicht nur Verwaltungsarbeiten von der Öffentlichkeit finanziert bekam, sondern sogar kostenlose oder ermäßigte öffentliche Verkehrsmittel für den Zugang zur in Frage stehenden Veranstaltung angeboten wurden, lagen derartige Vorteile nach Ansicht des Gerichts vor.<sup>65</sup>

Zudem stellte das Gericht die von Viagogo bestrittene Verantwortlichkeit des reinen Hosters für das Löschen der Tickets fest. Begründung dafür war aber allein, dass ein Richter Maßnahmen anordnen könne, die zur Beseitigung der Störung

---

<sup>63</sup> Vgl. Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale, Arrêt du 6 novembre 2012, "DISCUSSION" "Sur l'exception de nullité de l'assignation" <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>.

<sup>64</sup> Vgl. Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale, Arrêt du 6 novembre 2012 "DISCUSSION", "Sur l'exception d'incompétence territoriale du tribunal de grande instance de Brest" <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>.

<sup>65</sup> Vgl. Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale, Arrêt du 6 novembre 2012 "DISCUSSION", "Sur le bien-fondé de l'action en référé" <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>.

erforderlich seien; in diesem Fall könne nur der Hoster den rechtswidrigen Zustand beseitigen, weil nur er Zugriff auf die Daten habe, sodass deshalb für das Gericht eine Verantwortlichkeit Viagogos begründet war.<sup>66</sup> Damit hatte die Berufung Viagogos keinen Erfolg; andererseits wurden die von der Klägerin geforderten höheren Kompensationszahlungen abgewiesen.<sup>67</sup>

### 3. Urteile zu Art. 313-6-2 Code pénal

In der Folgezeit wurden dann auch erste Urteile zu Art. 313-6-2 Cp erlassen. Insbesondere sind die ersten beiden Anwendungen des Art. 313-6-2 Cp richtungsweisend für die Definition der Pflichten der Zweitverkäufer und der Hoster entsprechender online-Ticketshops sowie zur Schaffung von Rechtssicherheit: Inhalt der Urteile ist hauptsächlich, dass die Verletzung des Art. 313-6-2 Cp auch bei allen Ticketverkäufen nicht staatlich subventionierter Tickets<sup>68</sup>, zu rechtswidrigen Verkäufen und Strafbarkeiten der Verkäufer führt sowie Unterlassungsansprüche der Berechtigten auslöst. Zudem wurde in den Entscheidungen die Verantwortlichkeit der Hoster der Internetseiten für die Überprüfung der Aktivitäten der Anbieter begründet. Selbst wenn nur Providerdienste auf der Internetseite erbracht werden sollen und die Ticketzweitanbieter selbstständig und eigenverantwortlich verkaufen, haften die Hoster für die Rechtmäßigkeit der Angebote, müssen ergo die Echtheit der Tickets sowie die Rechtmäßigkeit der Ticketzweitverkäufe durch Zustimmung des Veranstalters sicherstellen.

#### a) Entscheidung des *Tribunal de commerce de Paris*

Im ersten Fall wurde am 20.03.2013 vom *Tribunal de commerce de Paris* eine Anordnung im Eilverfahren (*Ordonnance de référé*) gegen Viagogo erlassen. Dies geschah auf Grundlage des Art. 873 der französischen Zivilprozessordnung (CPC) und der Verletzungen des Art. 313-6-2 Cp, denn im Falle schwerwiegender rechtswidriger Störungen im Sinne von Verletzungen des Art. 313-6-2 Cp können auch einstweilige Maßnahmen zur Beseitigung der Störung verhängt werden.

---

<sup>66</sup> Vgl. Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale, Arrêt du 6 novembre 2012 "*DISCUSSION*", "*Sur le bien-fondé de l'action en référé*" <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>.

<sup>67</sup> Vgl. Cour d'appel de Rennes 3ème chambre commerciale, Arrêt du 6 novembre 2012 "*DISCUSSION*", "*Sur la demande de dommages-intérêts*" <https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-rennes-3eme-chambre-commerciale-arret-du-6-novembre-2012/>.

<sup>68</sup> Diese würden ja bereits unter das "*Loi de 1919*" fallen.

Viagogo sei nach Auffassung des Gerichts ein kommerzieller Betreiber einer online-Ticketzweitbörse, auf welcher auch Private ihre Tickets anbieten können. Viagogo stellt die Authentizität der verkauften Tickets sicher und bietet eine Online-Zahlung an. Damit sei Viagogo kommerzieller Anbieter im Sinne des Merkmals der "gewohnheitsmäßigen Tätigkeit" des Art. 313-6-2 Cp. Die Frage nach der fehlenden Zustimmung durch den Veranstalter sowie die Frage nach einem "gewohnheitsmäßigen" Verkauf der Anbieter lasse sich allerdings nur beantworten, indem Viagogo umfassende Prüfpflichten auferlegt würden.<sup>69</sup> Hervorzuheben an der Entscheidung sind zwei Punkte:

Erstens konnte das Verfahren vor einem französischen Gericht geführt werden, weil es als ausreichend angesehen wurde, dass die Website des Unternehmens eine französische Domain-Endung besaß und wegen der angebotenen in Frankreich stattfindenden Veranstaltungen primär französisches Publikum ansprechen würde. Insbesondere sei wegen dieser Umstände ein hinreichender Zusammenhang zwischen den schädigenden Handlungen und dem französischen Hoheitsgebiet gegeben, weil durch das Angebot Viagogos Auswirkungen auf Transaktionen in Frankreich und damit den französischen Markt gegeben seien.<sup>70</sup> Festzuhalten bleibt damit, dass für die Zuständigkeit des französischen Gerichts lediglich ein hinreichender Inlandsbezug im Hinblick auf die Orte der schädigenden Handlungen bzw. die Domainendung bestehen muss, um selbst nicht im territorialen Gebiet ansässige Unternehmen im online-Handel zu belangen.

Zweitens wurde eine weitreichende Haftung Viagogos auch für die Seriosität und Legalität der Angebote auf seinem Portal und das Vorhandensein der Zustimmung des Veranstalters statuiert.<sup>71</sup> Zurückzuführen sei diese darauf, dass lediglich der Hoster die relevanten Informationen sowie technischen Mittel zur Überprüfung der Anbieter besäße. Ungeachtet möglicher gegenläufiger Pflichten aus Art. 6 LCEN<sup>72</sup> war Viagogos Einwand, nach Art. 6-1-7 LCEN nur technischer Hosting-Dienstleister zu sein und damit nicht Art. 313-6-2 Cp zu unterfallen, weil dieser nur die Herausgeber der Internetseiten erfassen solle, bereits unbeachtlich.

Im Ergebnis hat das *Tribunal de commerce de Paris* mit seinem Urteil den Anwendungsbereich sowie die Tatbestandsmerkmale des Art. 313-6-2 Cp als sehr

---

<sup>69</sup> Tribunal de commerce de Paris, 20.03.2013, <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-ordonnance-de-refere-20-mars-2013/>.

<sup>70</sup> Tribunal de commerce de Paris, 20.03.2014, "*DISCUSSION*", "*Sur notre compétence*" <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-ordonnance-de-refere-20-mars-2013/>.

<sup>71</sup> Tribunal de commerce de Paris, 20.03.2014, "*DISCUSSION*", "*Sur le fond*" <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-ordonnance-de-refere-20-mars-2013/>.

<sup>72</sup> Loi n° 2044-575 du 21 juin 2004 pour la Confiance dans l'économie numérique.

weit deklariert und eine umfassende Haftung selbst der Hoster bestätigt. Die zugrundeliegende rechtliche Argumentation dafür war, dass der Wortlaut des Art. 313-6-2 Cp sehr allgemein sei und nicht zwischen der Verwendung der technischen Mittel unterscheiden würde. Vielmehr würde Art. 313-6-2 Cp in seinem Anwendungsbereich hauptsächlich Websites erfassen. Zudem käme eine Exkulpation Viagogos, die fehlende Zustimmung der Veranstalter nicht zu kennen, weil die einzelnen Anbieter diese aufweisen müssten, einer unzulässigen Beweislastumkehr gleich und sei daher abzulehnen. Viagogo müsse daher alle Beweise für das Fehlen der Voraussetzungen des Art. 313-6-2 Cp erbringen und im Übrigen sicherstellen, dass die Angebote rechtmäßig eingestellt werden. Wie die Überprüfung der Anbieter auf Rechtmäßigkeit und Echtheit übrigens tatsächlich stattfinden solle und rechtswidrige Anbieter von der Seite entfernt werden könnten, überließ das Gericht dem Seitenbetreiber – es ordnete lediglich ein Zwangsgeld (*astreinte*) für jeden Tag an, den die zur Beseitigung gesetzte Frist überschritten wurde.<sup>73</sup>

b) Entscheidung des *Tribunal de commerce de Nanterre*

Eine weitere Entscheidung erging gegen Yamson Event.<sup>74</sup> Ebenfalls in einer *Ordonnance de référé* hatte das *Tribunal de commerce de Nanterre* am 13.03.2013 entschieden, dass aufgrund der Dringlichkeit und der erfolgten offensichtlich rechtswidrigen Störungen, welche zu Verletzungen des Art. 313-6-2 Cp führten, Yamson Event nach Art. 873 CPC und Art. 313-6-2 Cp zur Beseitigung der rechtswidrigen Zustände zu verpflichten war.

Yamson Event, früher unter dem Namen Energy Entertainment bekannt, ist Betreiber einer online-Seite, auf welcher Konzerttickets (weiter-)verkauft werden konnten. Yamson Event führte in der Verhandlung aus, nur Vertreter des Veranstalters zu sein, ohne dies aber belegen bzw. hinsichtlich der tatsächlichen Voraussetzungen beweisen zu können. Im Urteil selbst nicht offen ausgesprochener Hintergrund dieses Arguments war wohl auch, dass Yamson Event sich nur als reiner Hoster sah.<sup>75</sup> Zudem läge dann freilich keine Vertragsbeziehung zwischen Yamson Event und den Ticketzweitkäufern vor, so daß Zweifel am Eingreifen von Art. 313-6-2 Cp Bestehen könnten.

<sup>73</sup> Tribunal de commerce de Paris, 20.03.2014, "*DISCUSSION*", "*Décision*" <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-ordonnance-de-refere-20-mars-2013>; <https://www.eurojuris.fr/articles/vente-de-billets-en-ligne-viagogo-la-suite-1226.htm>.

<sup>74</sup> Tribunal de commerce de Nanterre, Ordonnance de référé 13 mars 2013, <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-nanterre-ordonnance-de-refere-13-mars-2013/>.

<sup>75</sup> Vgl. *Discussion* und *Décision* in Tribunal de commerce de Nanterre, Ordonnance de référé 13 mars 2013, <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-nanterre-ordonnance-de-refere-13-mars-2013/>.

Ähnlich wie in den Urteilen zu Viagogo konnte dieses Argument aber auch vor dem *Tribunal de commerce de Nanterre* nicht standhalten. Das Gericht sah es als erwiesen an, dass Yamson Event die Tickets in kommerzieller Weise und ohne Zustimmung der klagenden Veranstalter auf seiner Seite eigenverantwortlich und nicht etwa als Vertreter zum Kauf angeboten hatte und damit den Tatbestand des Art. 313-6-2 Cp erfüllte. Deshalb wurde Yamson Event zur Entfernung der Tickets der beiden Veranstalter von seiner Seite und der Veröffentlichung der Anordnung auf seiner Homepage verurteilt. Zudem mussten die zu Unrecht erwirtschafteten Gewinne herausgegeben werden.<sup>76</sup>

c) Entscheidung des *Tribunal de Grande Instance de Paris*

Das *Tribunal de Grande Instance de Paris* am 20.05.2014 hat Viagogo den gewerblichen Weiterverkauf von Sporttickets auf seiner Homepage unter Androhung von andernfalls verhängten Zwangsgeldern untersagt.<sup>77</sup> Hierbei handelte es sich um Tickets für Veranstaltungen der Französischen Fußball Liga (*Fédération Française de Football*), welche Viagogo teils über dem Originalpreis oder bereits vor auf den Markt bringen durch den Veranstalter verkauft hatte. Grundlage für das Verbot waren neben Art. 313-6-2 Cp auch Regelungen des Sportrechts, konkret Art. 131-15 und Art. 331 des Code du sport.

Festgehalten wurde in dieser Entscheidung einerseits, dass den Sportveranstaltern im Hinblick auf Artt. 131-15 und 331 des Code du sport die alleinigen Verwertungsrechte an den Veranstaltungen zustehen. Andererseits wurde festgestellt, dass Viagogo nicht nur eine reine Verkaufsplattform sei; vielmehr bewerbe, optimiere und unterstütze Viagogo den Verkaufsablauf durch die Art und Weise der Aufmachung der Website sowie die konkrete Gestaltung des Angebots. Deshalb und wegen lang andauernder Verhandlungen mit der Französischen Fußball Liga über mögliche Vertragsschlüsse musste sich Viagogo auch bewusst darüber sein, dass keine Zustimmung des Veranstalters für die Verkaufsaktivitäten Viagogos vorgelegen hatte, was eben eine Strafbarkeit nach Art. 313-6-2 Cp zur Folge habe.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Vgl. *Décision* in Tribunal de commerce de Nanterre, Ordonnance de référé 13 mars 2013, <https://www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-nanterre-ordonnance-de-refere-13-mars-2013/>.

<sup>77</sup> Tribunal de Grande Instance de Paris, 20.05.2014; *Cohen/Brignon*, Rn. 348; *Stopper/Karlin*, CaS 2014, Kapitel 2.2, S. 320 (322).

<sup>78</sup> *Stopper/Karlin*, CaS 2014, Kapitel 2.2, S. 320 (322).

---

## D. Länderbericht Italien

*Dr. Tereza Pertot*

*Postdoc-Stipendiatin an der Universität Bayreuth*

### I. Rechtsnatur der Tickets und ihre Wirkung

#### 1. Tickets als Legitimationsurkunden gem. Art. 2002 Cc

In Italien gibt es kaum spezifische Literatur zur rechtlichen Einordnung der Tickets.<sup>1</sup> Sie werden normalerweise einfach als „titoli di ingresso“ oder „di accesso“ (d.h. als „Eintrittstitel“) bezeichnet<sup>2</sup>, was aber nichts über ihre Rechtsnatur sagt.

Diese wird dagegen – meistens nur am Rand – im Rahmen des Studiums der Wertpapiere angegangen, wo es aber übereinstimmend ausgeschlossen wird, dass die Tickets Wertpapiere darstellen. Es handele sich umgekehrt um „documenti di legittimazione“ oder Legitimationsurkunden gem. Art. 2002 des „Codice civile“ – im Folgenden nur Cc – d.h. um Urkunden, „die nur zur Feststellung des Leistungsberechtigten dienen“.<sup>3</sup>

Es ist nach h.M. auszuschließen, dass die Tickets wie bewegliche Sachen übertragbar sind,<sup>4</sup> obwohl sie in der Praxis tatsächlich (insbesondere in den von den Tickethändlern aufgestellten AGB) gerade als Gegenstand eines Kaufvertrages beschrieben werden.<sup>5</sup> Ob dies mit der Definition des Tickets als Legitimationsurkunde vereinbar ist, scheint zweifelhaft zu sein.

---

<sup>1</sup> Über die Schwierigkeiten einer solchen Einordnung, s. *Alessandro Gilleri*, *Nozioni di organizzazione ed economia dello spettacolo*, 2005, 24.

<sup>2</sup> S. z.B. die AGB des Tickethändlers TicketOne (verfügbar unter [www.ticketone.it](http://www.ticketone.it)).

<sup>3</sup> Siehe z.B. Pretura Torino, 14.12.1988, Riv. pen. 1989, 492; Giur. merito 1990, 884. Im Schrifttum, u.a.: *Francesco Galgano*, *Dei titoli di credito*, 2010, 210; *Berardino Libonati*, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, in *Noviss. dig. it.*, XIX, 1973, 363; *Astolfo Di Amato*, *Titoli di credito*, in *Pietro Rescigno*, *Tratt. dir. priv.*, XIII, 5, 1985, 454; *Daniela Valentino*, *Documenti di legittimazione, titoli impropri e adempimento*, 1989, 33.

<sup>4</sup> Siehe die Ergebnisse der am 30.3.2017 abgeschlossenen Untersuchung der „Commissione cultura della Camera dei Deputati“: XVII Legislatura – Lavori – Resoconti delle Giunte e Commissioni. Allegato 3. Indagine conoscitiva sulla bigliettazione negli spettacoli dal vivo, verfügbar unter [www.camera.it](http://www.camera.it), (im Folgenden „Bericht“ genannt), 59 ff.

<sup>5</sup> S. z.B. die AGB des Tickethändlers TicketOne.

a) Verkörperte und nicht verkörperte bzw. elektronische Tickets

Eine spezifische bzw. alternative Bezeichnung für die – heute immer häufigeren – elektronischen Tickets ist nicht vorhanden. Die elektronische Form sollte allerdings nicht einer Einordnung der Tickets als Legitimationsurkunden entgegenstehen, wie sich u.a. auch aus Art. 51 Abs. 3-bis T.U. Nr. 917/1986 (geändert durch Art. 1 L. Nr. 208/2015 – sog. „Legge di Stabilità“ 2016) ergibt. Danach können im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses die sog. „Voucher“, welche Legitimationsurkunden (insbesondere „Namensurkunden“) sind, laut Gesetz ohne weiteres auch elektronisch ausgestellt werden. Dies sollte daher auch für die anderen Legitimationsurkunden gelten.<sup>6</sup>

b) Personalisierte und nicht personalisierte Tickets

aa) Personalisierte und nicht personalisierte Tickets als Legitimationsurkunden

Es wird meistens nicht zwischen nicht personalisierten und personalisierten Tickets unterschieden. Nach italienischem Recht sind personalisierte Tickets u.a. dann zu erstellen, wenn es um Eintrittskarten für Fußballspiele geht, die in Stadien mit einer Kapazität von mehr als 10.000 Personen stattfinden.<sup>7</sup> Ferner können sich

---

<sup>6</sup> Die Möglichkeit der Erstellung einer digitalen Eintrittskarte ergibt sich, darüber hinaus, aus einigen Entscheidungen des italienischen Finanzamts – Agenzia delle Entrate. S., z.B., *Disciplina delle modalità di controllo accessi automatizzato per i titoli di accesso emessi anche in forma digitale e di trasmissione telematica dei documenti riepilogativi dei sistemi di emissione e di controllo accessi*, Aussage des Direttore dell’Agenzia delle Entrate v. 4.3.2008; *Approvazione delle caratteristiche degli apparecchi misuratori fiscali, del contenuto e delle modalità di emissione dei titoli di accesso per gli intrattenimenti e le attività spettacolistiche, nonché delle modalità di trasferimento alla Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE) dei dati relativi ai titoli di accesso ed agli altri proventi in attuazione delle disposizioni recate dagli articoli 6 e 18 del decreto legislativo 26 febbraio 1999, n. 60, e del decreto del Ministero delle finanze 13 luglio 2000, Dekret v. 23.7.2001, Punkt 1.1.8. Über die sog. „Dematerialisierung“ oder „dematerializzazione“ der Wertpapiere in Italien, s. D.Lgs. Nr. 213/1998. S. dazu Gian Franco Campobasso, *Diritto commerciale, II, Le società*, 2003, 229.*

<sup>7</sup> So nach dem Art. 2 Abs. 3 lit. a D.M. 6.6.2005 (Decreto Ministeriale “Modalità per l’emissione, distribuzione e vendita dei titoli di accesso agli impianti sportivi di capienza superiore alle diecimila unità, in occasione di competizioni sportive riguardanti il gioco del calcio”, G.U. 30.6.2005, S. 11 ff.), nach dem die Karten die Personalien der Nutzer anzeigen sollen (vgl. Art. 3 Abs. 1 lit. e und f, woraus sich ergibt, dass jede Karte mit den Informationen über den Verkäufer oder den Zedenten sowie über den Käufer oder den Zessionar assoziiert werden soll). Jede Karte soll dann auch die Informationen über den – für die Erstellung und Aufteilung der Karten zuständigen – Veranstalter, den Namen und die Lage des Stadions, über das Spiel oder die Spiele für das oder für die das Ticket Geltung hat, über die Geltungszeit, die Ausstellungsnummer, die Angaben zum Eingang, Sektor, Reihe und Platz enthalten (Art. 4 Abs. 1 lit. a-f). Vgl. auch Art. 4 Abs. 3, nach dem auf jeder Karte auch ein Kodex gedrückt werden soll, die nicht verfälscht werden kann und aus dem sich, durch Lesesysteme, die Personalien des Inhabers und die Informationen über den Verkäufer oder den Zedenten (die auch in spezifischen Datenbanken gespeichert werden) ergeben können. S. auch Art. 4 Abs. 5, nach dem die Namen der

die Veranstalter dazu entscheiden, personalisierte, namentlich gekennzeichnete Tickets zu erstellen. Eine Personalisierung der Tickets kann außerdem durch das Polizeipräsidium („Questura“) angeordnet werden.<sup>8</sup>

Beide – personalisierte und nicht personalisierte – Tickets stellen daher wohl Legitimationsurkunden dar. Dies wird zum Teil nur insofern präzisiert, als dass die einen „documenti nominativi“ („Namensurkunden“) seien, die anderen dagegen „documenti al portatore“ („Inhaberurkunden“),<sup>9</sup> die das Recht einräumen, einen bestimmten (Sitz)Platz für eine begrenzte Zeit (d.h. die Dauer der Veranstaltung) zu besetzen.<sup>10</sup> Inwieweit es mit der Definition eines Tickets als bloße Legitimationsurkunde vereinbar ist, dass diese Wirkung aus dem Ticket selbst folgt und nicht vielmehr aus dem Vertrag, scheint wiederum zweifelhaft zu sein.

bb) Alternativvorschlag: Nicht personalisierte Tickets als uneigentliche Wertpapiere

Zum Teil wird auch die Ansicht vertreten, die im Bereich des Transport- bzw. Navigationsrechts für die (Schiff)fahrkarten erarbeitete Lösung auch auf andere Tickets zu erweitern.<sup>11</sup> Danach könnten die personalisierten, d.h. die namentlich gekennzeichneten, Eintrittskarten<sup>12</sup> als „documenti di legittimazione“ oder Legitimationsurkunden, die nicht personalisierten Tickets dagegen als „titoli

---

Freikartenempfänger in eine Liste aufgezählt werden sollen. Auf ihren Karten sollen dann der Name, die Aufgaben, die Zugangsbereiche sowie die Gültigkeitszeit angegeben werden. Nach Art. 1 sind für die Erstellung, Distribution und Verkauf der Eintrittskarten die Veranstalter verantwortlich (Abs. 1). Diese sollen insbesondere dazu sorgen, dass die Tickets gem. D.M.-Vorschriften erstellt, vertrieben und verkauft werden (s. Abs. 2 lit. a).

<sup>8</sup> Das Polizeipräsidium muss ferner der Ausstellung der sog. „Tessera del Tifoso“ zustimmen, welche eine Karte darstellt, die den Fans den Einlass in die Stadien erleichtert (s. Art. 8 D.L. Nr. 8/2007, umgewandelt in L. Nr. 41/2007; D.M. 15.8.2009).

<sup>9</sup> So *Raffaele Lener/Mario Stella Richter jr.*, in Enrico Gabrielli, *Commentario del Codice Civile, Delle promesse unilaterali - Dei titoli di credito - Artt. 1987- 2027 - Leggi collegate*, 2015, Cc Art. 2002, 278, die innerhalb der Figur der Legitimationsurkunden zwischen Inhaberpapieren, Orderpapieren und Namenspapieren unterscheiden.

<sup>10</sup> So *Gillieri*, *Nozioni di organizzazione ed economia dello spettacolo*, 24.

<sup>11</sup> Die Möglichkeit, die Eintrittskarten für die öffentlichen Veranstaltungen den Fahrkarten gleichzustellen wird, z.B., von *David Pérez Millán*, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 2005, 140, 147 f., behauptet, der aber dazu neigt, alle (d.h. personalisierte und nicht personalisierte) Fahr- (und folglich auch Eintritts-)karten als „documenti di legittimazione“ oder Legitimationsurkunden zu definieren.

<sup>12</sup> Auch die nicht materialisierten Karten, z.B. Bezahlungskarten, könnten als „personalisierte“ Eintrittskarten angesehen werden. So, z.B., *Maria Francesca Quattrone/Antonio Racano*, *Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia*, Aufsatz v. 5.4.2017, verfügbar unter [www.dimt.it](http://www.dimt.it).

impropri“ oder uneigentliche Wertpapiere definiert werden.<sup>13</sup> Diese sind auch von Art. 2002 Cc vorgesehen und stellen – laut der erwähnten Vorschrift – Urkunden dar, „die dazu bestimmt sind, die Übertragung des Rechts ohne Einhaltung der für die Abtretung geltenden Förmlichkeiten zu gestatten“.

## 2. Auswirkungen der Einordnung der Tickets als Urkunden gem. Art. 2002 Cc

Die Legitimationsurkunden und die uneigentlichen Wertpapiere sowie entsprechend (zumindest nach der oben erwähnten Ansicht) auch die personalisierten und die nicht personalisierten Tickets unterscheiden sich insbesondere bezüglich der für die Übertragung anwendbaren Regeln.<sup>14</sup> Den beiden in Art. 2002 Cc vorgesehenen Rechtsfiguren ist es aber gemeinsam, dass sie keine Wertpapiere darstellen. Sie dienen lediglich der Nachweiserleichterung bzw. – was insbesondere die Legitimationsurkunden betrifft – der Erfüllung der sog. „contratti di massa“ (Serienverträge).<sup>15</sup> Anders als bei Wertpapieren folgt aus ihnen selbst kein Recht. Bei ihnen fehlt die Verkörperung des Rechtes durch die Urkunde<sup>16</sup>, die dagegen für Wertpapiere typisch ist. Das heißt der Besitz der Urkunde bei Wertpapieren stellt eine unabdingbare Voraussetzung für die Geltendmachung des in ihr verbrieften Rechts dar.<sup>17</sup>

Sind die Urkunden nach Art. 2002 Cc (und folglich auch die Tickets) keine Wertpapiere, so unterstehen sie auch nicht den entsprechenden Regeln (d.h. Artt. 1992 ff. Cc) – so explizit Art. 2002 Cc. Insbesondere schließt Art. 2002 Cc die Anwendung derjenigen Vorschriften aus, die gerade die Verkörperung des Rechtes durch die Urkunde voraussetzen (d.h. Artt. 1993 f. und 1997 Cc).<sup>18</sup> Auf die Urkunden in Art. 2002 Cc und folglich auch auf die Tickets findet also grundsätzlich das allgemeine Schuldrecht Anwendung.

---

<sup>13</sup> Für eine solche Lösung bezüglich der (Schiff)fahrkarten, *Mario Vaselli*, Documenti di legittimazione e titoli impropri, 1958, 146. Dagegen Valentino, Documenti di legittimazione, titoli impropri e adempimento, 119.

<sup>14</sup> S. unten sub II.

<sup>15</sup> *Giancarlo Laurini*, I titoli di credito, 2009, Cc 2002, 65 f.; Di Amato, Titoli di credito, 454; Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 362 f., 364, nachdem der Gläubiger auf die Relevanz der (Legitimations)urkunde für die Erfüllung des Vertrags oft aufmerksam gemacht wird, z.B. durch einen Hinweis auf der Urkunde.

<sup>16</sup> S. aber Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 364, nachdem die Urkunde das Recht verkörpert, wenn auch nur bezüglich seiner Ausübung.

<sup>17</sup> So aber auch nach dem Art. 5 Abs. 3 D.M., 6.6.2005.

<sup>18</sup> Für die Anwendung des Art. 1992 Cc auch auf die uneigentlichen Wertpapiere s. unten.

## II. Übertragbarkeit der Tickets

Wie oben erwähnt, gelten für die Legitimationsurkunden und für die uneigentlichen Wertpapiere (und folglich – jedenfalls nach einer Meinung – auch für die personalisierten und nicht personalisierten Tickets) unterschiedliche Regeln bezüglich ihrer Übertragung.

### 1. *Tickets als Legitimationsurkunden: Übertragung der Forderung durch Abtretung*

#### a) Anzeigepflicht

Was die Legitimationsurkunden (und damit zumindest die personalisierten Tickets) betrifft, sind sie grundsätzlich nicht für die Zirkulation bestimmt,<sup>19</sup> was aber die Abtretung der damit verbundenen Forderung nicht *per se* ausschließt.<sup>20</sup> Diese soll nach den allgemeinen Regeln erfolgen (Artt. 1260 ff. Cc<sup>21</sup>). Daher ist die Übertragung einer Legitimationsurkunde nur dann gegenüber dem Schuldner wirksam, wenn die Abtretung von ihm angenommen wurde oder ihm angezeigt worden ist (so Art. 1264 Abs. 1 Cc).<sup>22</sup> Das heißt eine Zustimmung ist nicht zwingend Voraussetzung für eine wirksame Übertragung (Art. 1260 Cc). Gem. Art. 1262 Cc hat dann der Zedent dem Zessionar „die in seinem Besitz befindlichen, zum Beweis der Forderung dienenden Urkunden zu übergeben“. Wurde ferner „eine Forderung Gegenstand mehrerer Abtretungen“, geht nach Art. 1265 Cc „die dem Schuldner zuerst mitgeteilte oder vom Schuldner durch eine Urkunde mit eindeutigen Datum zuerst angenommene Abtretung vor, selbst wenn sie später erfolgt ist“.

Die Anwendung der allgemeinen Regeln über die Abtretung scheint genau für den Fall der Übertragung der personalisierten Tickets besonders geeignet zu sein.<sup>23</sup>

<sup>19</sup> S. z.B. Pretura Torino, 14.12.1988. Im Schrifttum, u.a. Galgano, *Dei titoli di credito*, 210; Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 363; Di Amato, *Titoli di credito*, 454 f.

<sup>20</sup> So Lener/Stella Richter jr., in *Commentario Gabrielli*, Cc Art. 2002, 277; Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 364; Di Amato, *Titoli di credito*, 454 f.; Valentino, *Documenti di legittimazione, titoli impropri e adempimento*, 120.

<sup>21</sup> Der im Art. 2002 Cc vorgesehene Ausschluss der Anwendbarkeit dieser Vorschriften ist nämlich auf die „titoli impropri“ oder uneigentlichen Wertpapiere beschränkt.

<sup>22</sup> Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 364 f. Die Anzeige ist formfrei: so, z.B., *Alessandra Romagnoli*, in Stefano Zunarelli/Alessandra Romagnoli, *Contratti di trasporto marittimo di persone*, 2012, 31.

<sup>23</sup> S. aber, bezüglich der namentlich gekennzeichneten (Schiff)fahrkarten, Romagnoli, in Zunarelli/Romagnoli, 33 ff., nach der die Abtretung im Fall der Ausstellung einer solchen Karte – aufgrund der (sogar) höchstpersönlichen Natur der Forderung (s. Art. 1260 Cc) – ausgeschlossen sei. Die Übertragung könne dagegen im Rahmen einer Vertragsübernahme bzw. Vertragsabtretung gem. Art. 1406 Cc erfolgen, die aber die Einwilligung der anderen

Diese sind zwar nicht für eine Weiterveräußerung bestimmt. Kann oder will aber der Berechtigte und Inhaber der Karte diese nicht mehr benutzen, dann besteht auf der Grundlage des gerade Gesagten die Möglichkeit, dass er sein Recht auf Teilnahme an der Veranstaltung an einen Dritten – auch entgeltlich (d.h. durch einen Kaufvertrag gem. 1470 Cc<sup>24</sup>) – überträgt<sup>25</sup> (s. Art. 1260 Abs. 1 Cc).<sup>26</sup>

Da die Abtretung nach den allgemeinen Abtretungsregeln erfolgen soll, wird er aber verpflichtet, die Abtretung dem Schuldner, d.h. dem Veranstalter (bzw. dem beauftragten Tickethändler), anzuzeigen.<sup>27</sup> Die Zession ist aber auch dann gegenüber dem Veranstalter wirksam, wenn dieser ihr – unabhängig von der Anzeige – zustimmt (bei den Tickets könnte daher möglicherweise der Veranstalter trotz der fehlenden Anzeige entscheiden, den Kartenbesitzer als Berechtigten anzuerkennen).

b) Erforderlichkeit der Änderung der Urkunde nach der Abtretung?

Wie sich üblicherweise aus den AGB der Tickethändler<sup>28</sup> ergibt, wird die Karte nach der Mitteilung der Übertragung (normalerweise) umbenannt.<sup>29</sup> Dies erfolgt zum Teil nach der Bezahlung einer bestimmten Geldsumme, die als Gegenleistung für das zusätzliche „Umbenennung-Service“ verlangt wird.<sup>30</sup>

Was insbesondere die Eintrittskarten betrifft, die unter den Anwendungsbereich des Ministerialdekrets D.M. 6.6.2005 fallen, scheint eine solche Umbenennung (seitens der für die Erstellung, die Distribution und den Verkauf der Karten zuständigen Veranstalter) im Fall einer Forderungsabtretung<sup>31</sup>

---

Vertragspartei (d.h. des Veranstalters) erfordert. Nach einer anderen Ansicht (s. Romagnoli, Fn. 60 für weitere Hinweise) erfolge die Übertragung der Schifffahrkarten dagegen durch die Aufhebung des ursprünglichen und den Abschluss eines neuen Vertrages.

<sup>24</sup> Man spricht in diesem Fall von einer „*cessione del credito a titolo di vendita*“.

<sup>25</sup> Die Lösung scheint mit den neuen durch das Gesetz Nr. 232/2016 eingeführten Regeln (s. unten) grundsätzlich vereinbar zu sein.

<sup>26</sup> Ist dies der Fall, dann steht der Zedent nur für die Existenz der Forderung im Zeitpunkt der Abtretung (*veritas nominis*) ein, nicht aber für die Erfüllung der Leistung seitens des Schuldners (*bonitas nominis*) (die „*cessione*“ erfolgt also *pro soluto*). Anderes gilt, wenn er hierfür die Gewähr übernommen hat. In diesem Fall handelt es sich um eine „*cessione*“ *pro solvendo* (vgl. Artt. 1266 Abs. 1 und 1267 Abs. 1 Cc).

<sup>27</sup> Nach Romagnoli, in Zunarelli/Romagnoli, 31 f. kann das auch einfach durch die Vorlage der Karte seitens des neuen Inhabers erfolgen.

<sup>28</sup> S. insbesondere die AGB des Tickethändlers TicketOne S.p.A.

<sup>29</sup> S. auch Lener/Stella Richter jr., in Commentario Gabrielli, Cc 2002, 278, Text und Fn. 34, die über die Möglichkeit einer Umbenennung sprechen.

<sup>30</sup> Eine solche zusätzliche Summe wird z.B. oft für die Umbenennung der Flugkarten bzw. der Eintrittskarten in Stadien verlangt. In der Lehre, für ähnliche Behauptungen: Lener/Stella Richter jr., in Commentario Gabrielli, Cc 2002, 278.

<sup>31</sup> Die Forderungsabtretung darf jedoch nur innerhalb bestimmten Beschränkungen erfolgen. Mehr dazu s. unten.

sogar notwendig zu sein, wenn man die D.M.-Vorschriften einhalten will.<sup>32</sup> Aus diesen ergibt sich nämlich, dass auf der Karte der Name des Nutzers gekennzeichnet werden muss. Jede Eintrittskarte muss dann mit den Angaben des Käufers bzw. des Zessionars verbunden werden.<sup>33</sup>

Es bleibt allerdings fraglich, ob die Umbenennung – außerhalb der gesetzlich vorgesehenen Fälle – überhaupt erforderlich ist, bzw. ob ein Anspruch des Zessionars darauf besteht. Dazu ist anzumerken, dass die Umbenennung keine Voraussetzung einer wirksamen Abtretung nach den allgemeinen Vorschriften darstellt. Erfolgt diese nach den gesetzlichen Regeln – insbesondere durch die Anzeige an den Schuldner, d.h. an den Veranstalter, – kann der Zessionar ohne weiteres die Leistung verlangen, es sei denn, die Umbenennung wurde vom Veranstalter bzw. (offiziellen) Tickethändler (vertraglich, z.B. durch wirksame AGB) vorgeschrieben.<sup>34</sup>

c) Effektive Erforderlichkeit der Übertragung?

Man könnte sich die Frage stellen, ob die „formelle“ Übertragung der Karte, durch die anzuzeigende Abtretung, überhaupt nötig ist, um dem Dritten den Eintritt zur Veranstaltung zu ermöglichen bzw. ihn zur Beanspruchung der Leistung zu berechtigen.<sup>35</sup>

Wie bereits dargelegt, kommt den (personalisierten) Tickets als Urkunden gem. Art. 2002 Cc eine Legitimationswirkung zu. Der Schuldner wird nach den allgemeinen Regeln von seinen Verpflichtungen befreit, wenn er gutgläubig die Leistung gegenüber demjenigen erbringt, der das Ticket vorlegt (so nach Art. 1189 Cc über die Zahlung an den Scheingläubiger, nach dem der gute Glaube ausnahmsweise nicht vermutet wird, sondern bewiesen werden soll). Dies ist etwa auch dann der Fall, wenn der Kartenbesitzer nicht derjenige ist, der den Vertrag ursprünglich geschlossen hat bzw. Inhaber des Rechts ist,<sup>36</sup> da er als Besitzer der Urkunde nach eindeutigen Umständen gem. Art. 1189 Cc zum Empfang berechtigt erscheint. Die Leistung erfolgt allerdings nicht gutgläubig, wenn der Veranstalter gegenüber dem Besitzer der Karte leistet, obwohl der „Erstinhaber“ (also

<sup>32</sup> S. oben Fn. 7.

<sup>33</sup> Für die Folgen der Nichteinhaltung der im D.M. vorgesehenen Vorschriften, s. Art. 8 und 9 D.L. Nr. 8/2007, umgewandelt in L. Nr. 41/2007, wo eine verwaltungsrechtliche Strafe (Geldbuße) für den Fall vorgesehen wird, dass die Tickets an bestimmte Personen verkauft werden. Die Zuständigkeit zur Verhängung der Strafe steht dem Präfekt zu.

<sup>34</sup> S. *Cesare Massimo Bianca*, *Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento*, 1963, 301, nach dem der Schuldner vom Gläubiger einen Nachweis seiner Berechtigung verlangen könne, wenn keine Übereinstimmung zwischen demjenigen, der die Karte vorlegt, und der Person, deren Name auf dem Ticket gedrückt steht, besteht.

<sup>35</sup> S. dazu Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 364.

<sup>36</sup> S. Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 364, der dies als „negativ“ bewertet.

derjenige, der den Vertrag abgeschlossen hat) ihm angezeigt hat, dass er die Karte verloren hat bzw. diese ihm gestohlen wurde.<sup>37</sup> Gleiches gilt, wenn bewiesen wird, dass der Schuldner von der Abtretung wusste (obwohl diese ihm nicht angezeigt wurde, vgl. Art. 1264 Cc). Der gute Glaube ist dann möglicherweise auch in Fällen auszuschließen, in denen die Umbenennung der Karte – gesetzlich bzw. vertraglich – erforderlich ist, beim Eintritt aber nicht überprüft wird, ob die Person mit derjenigen identisch ist, deren Name auf der Karte steht.<sup>38</sup>

Die Legitimationsurkunden und folglich auch die (personalisierten) Tickets hätten dann, nach einer Ansicht, auch die Funktion, den Besitzer dazu zu berechtigen, die Leistung auf der Grundlage der vorgelegten Urkunde ohne weiteres zu verlangen.<sup>39</sup> Dies ergebe sich aus dem Wortlaut des Art. 2002 Cc, wo gerade vom „avente diritto alla prestazione“ oder „Leistungsberechtigten“ die Rede ist.<sup>40</sup> Nach einer anderen Meinung komme dagegen den Legitimationsurkunden keine „aktive“ Legitimationswirkung zu.<sup>41</sup> Der Besitz der Urkunde nütze daher nicht dem Besitzer, sondern nur dem Schuldner, der befreit wird, wenn (ohne Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit) gegenüber demjenigen leistet, der die Karte vorlegt.<sup>42</sup>

Selbst wenn man zum Schluss kommt, dass der Besitz der Karte ausreichend ist, um die Leistung zu verlangen,<sup>43</sup> bleibt aber für den Gläubiger die Möglichkeit den Anspruch auf die Leistungserbringung auf einem anderen Weg

---

<sup>37</sup> Für die Möglichkeit der Neuausstellung der Karte in diesem Fall, s. unten

<sup>38</sup> Vgl. Romagnoli, in Zunarelli/Romagnoli, 25.

<sup>39</sup> S. Libonati, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, 364, nach dem der Schuldner die Erfüllung gegenüber dem Besitzer der Karte nicht verweigern kann. Wurde die Karte verloren oder gestohlen, soll dies angezeigt werden. Eine generelle Anzeige reicht allerdings nicht. Vielmehr muss der Gläubiger beweisen, dass es um eine bestimmte Urkunde ging und gerade diese Urkunde ihm gestohlen bzw. von ihm verloren wurde. Ferner ist nach dem Autor eine symbolische – gerichtliche – Rekonstruktion erforderlich. Eine unterschiedliche Wirkung hätten dann die sog. „contrassegni di legittimazione“ – bei denen die Identität des Gläubigers nicht ohne Relevanz ist. Gegen eine Qualifikation des Tickets als „contrassegno di legittimazione“, u.a. Valentino, *documenti di legittimazione, titoli impropri e adempimento*, 33, 119 f. Im Sinne, dass eine Vermutung der Berechtigung zugunsten des Besitzers bestünde, Bianca, *Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento*, 299 f. Will also der Schuldner die Leistung verweigern, dann soll er die Nichtberechtigung des Gläubigers nachweisen.

<sup>40</sup> So Federico Martorano, *I titoli di credito. Lineamenti generali. Cambiale – assegno bancario e circolare*, 1970, 87.

<sup>41</sup> So dass der Schuldner die Erbringung der Leistung gegenüber dem Inhaber der Urkunde verweigern und von ihm verlangen könne, dass er seine Berechtigung nachweist. So Bianca, *Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento*, 299 f. Vgl. Romagnoli, in Zunarelli/Romagnoli, 24.

<sup>42</sup> Galgano, *Die titoli di credito*, 210 f., der für die Anwendbarkeit des Art. 1992 Cc ist.

<sup>43</sup> So dass der Schuldner, der die Erbringung der Leistung verweigern will, die Nichtberechtigung des Gläubigers nachweisen soll.

nachzuweisen.<sup>44</sup> Diesbezüglich spielt es ferner keine Rolle, dass der Besitz der Urkunde durch einen Dritten gutgläubig erworben wurde, da auf die Legitimationsurkunden Art. 1994 Cc über die Wirkungen des Besitzes des Wertpapiers in gutem Glauben keine Anwendung findet.<sup>45</sup> Wer im guten Glauben die Urkunde *a non domino* bekommt, erwirbt daher keinen Anspruch auf die Leistung.<sup>46</sup>

## 2. *Tickets als uneigentliche Wertpapiere*

### a) Kein Anzeigerfordernis

Was die nicht personalisierten Tickets betrifft, wird zum Teil die Ansicht vertreten, dass es sich nicht um Legitimationsurkunden handelt, sondern um uneigentliche Wertpapiere oder „titoli impropri“. Dies wurde zwar in Bezug auf die (Schiff)Fahrkarten explizit behauptet, die Lösung könnte aber auch auf andere, nicht personalisierte Tickets, erstreckt werden. Darüber besteht allerdings keine Einigkeit. Nach einer Ansicht stellen nämlich die nicht personalisierten Tickets genauso wie die personalisierten Tickets Legitimationsurkunden (insbesondere Inhaberpapiere) dar. Trotzdem scheint es angemessen, kurz darzustellen, welche Auswirkungen die hypothetische rechtliche Einordnung der nicht personalisierten Tickets hätte.

Wie oben erwähnt, unterscheiden sich die uneigentlichen Wertpapiere von den Legitimationsurkunden dadurch, dass sie anderen Übertragungsregeln unterliegen. Anders als die oben analysierten Legitimationsurkunden, sind die „titoli impropri“ oder die uneigentlichen Wertpapiere zum Umlauf bestimmt<sup>47</sup> bzw. geeignet<sup>48</sup>, wie sich u.a. aus der Gesetzeswortlaut ergibt. Das Gesetz nimmt nämlich eine Übertragung der uneigentlichen Wertpapiere ausdrücklich in Betracht.

Um die Zirkulation der uneigentlichen Wertpapiere zu erleichtern, sieht das Gesetz insbesondere vor, dass ihre Übertragung (die ohne weiteres möglich ist, es sei denn, sie wurde gesetzlich oder vertraglich ausgeschlossen<sup>49</sup>) nicht nach den allgemeinen Regeln über die Abtretung erfolgen soll (der Hinweis ist auf die

44 Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 364 fordert eine auch nur symbolische Rekonstruktion der Urkunde zu diesem Zweck. S. aber Art. 5 Abs. 3 D.M. 6.6.2005, wo der Besitz der Karte als notwendige Voraussetzung für die Erhaltung der Leistung beschrieben wird.

45 Gem. der genannten Vorschrift ist derjenige, der „den Besitz eines Wertpapiers in gutem Glauben und in Übereinstimmung mit den Vorschriften erworben hat, die dessen Umlauf regeln“ nicht dem Herausgabeanspruch unterworfen.

46 Pérez Millán, Documenti di legittimazione e titoli impropri, 144 f.

47 So Galgano, Dei titoli di credito, 2010, 213.

48 Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 365. Genau diese Eigenschaft spreche dafür, die nicht personalisierten Karten zu der Kategorie der „titoli impropri“ zurückzuführen.

49 Mehr dazu unten.

Artt. 1260 ff. Cc). Daher ist die Übergabe der Urkunde,<sup>50</sup> eventuell zusammen mit dem Indossament bzw. der „Girata“<sup>51</sup> (die eigentlich die Anzeige ersetzt, die aber nicht für die Übertragung der uneigentlichen Inhaberpapiere – welche die nicht personalisierten Tickets gerade sein könnten<sup>52</sup> – erforderlich ist<sup>53</sup>) ausreichend, damit die Übertragung geltend gemacht werden kann.

Dazu ist also weder die Anzeige an den Schuldner (d.h. – wenn es um ein Ticket geht – an den Veranstalter bzw. eventuell an den beauftragten Tickethändler) noch eine Mitwirkung desselben erforderlich (es sei denn, sie wurde vertraglich vorgesehen und die entsprechende Klausel ist gem. s. Artt. 1341 Cc und Artt. 33 ff. Cod. Cons.<sup>54</sup> wirksam).

Durch die Übertragung erwirbt der „Zessionar“ bzw. der Empfänger auf jeden Fall – genauso wie bei der Abtretung der Legitimationsurkunden und anders als bei derjenigen der Wertpapiere – kein autonomes Recht. Der Anspruch auf die Leistung findet in keinem (Eigentums)Recht an der Urkunde seine Grundlage, sondern in der Übertragung des Anspruchs. Es gelten mithin für alle Urkunden nach Art. 2002 Cc (sowohl für die personalisierten als für die nicht personalisierten Tickets) die allgemeinen Regeln über die Erhebung der Einreden im Fall einer Abtretung, so dass der Schuldner gegenüber dem Erwerber grundsätzlich dieselben Einwendungen erheben kann, „die ihm gegenüber dem Zedenten zustünden“ (arg. ex Art. 1263 Cc<sup>55</sup>; für eine Ausnahme, siehe Art. 1248 Cc über die Nichteinwendbarkeit der Aufrechnung<sup>56</sup>). Die Anwendbarkeit dieser Regeln auf die uneigentlichen Wertpapiere ist daher nicht durch Art. 2002 Cc ausgeschlossen.

#### b) Erforderlichkeit der Änderung der Urkunde nach der Übertragung?

Im Fall der Abtretung der Forderung bei den uneigentlichen Wertpapieren (und also – eventuell – auch bei den nicht personalisierten Tickets) kommt die Notwendigkeit einer Änderung der Urkunde nicht in Betracht. Die Vorlage der nicht namentlich (oder anders) gekennzeichneten Urkunde seitens des Besitzers wird als ausreichend angesehen, um diesen als Leistungsberechtigten

---

50 Pérez Millán, Documenti di legittimazione e titoli impropri, 145.

51 Laurini, I titoli di credito, 2009, Cc 2002, 67; Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 365.

52 S. oben.

53 Vgl. Lener/Stella Richter jr., in Commentario Gabrielli, 2015, Cc 2002, 281.

54 Mehr dazu unten.

55 Nachdem „durch die Abtretung [...] die Forderung mit den Vorzugsrechten, mit den persönlichen und dinglichen Sicherheiten und mit den anderen Nebenrechten auf den Übernehmer übertragen“ wird (Abs. 1).

56 So Abs. 1: „Hat der Schuldner die vom Gläubiger vorgenommene Abtretung seiner Rechte an Dritte vorbehaltlos angenommen, so kann er dem Übernehmer der Forderung gegenüber die Aufrechnung, die er gegenüber dem Überträger einwenden hätte können, nicht einwenden“.

anzuerkennen<sup>57</sup> (obwohl dem Schuldner immer die Möglichkeit zustünde, zu beweisen, dass der Besitzer eigentlich nicht zur Leistung berechtigt ist, was aber mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden ist).

c) Effektive Erforderlichkeit der Übertragung?

Nach einer Ansicht ist der Besitz der Urkunde bei den „titoli impropri“ oder uneigentlichen Wertpapieren nicht bloß ausreichend<sup>58</sup>, um die Leistung zu verlangen, sondern vielmehr genauso wie bei Wertpapieren eine unabdingbare Voraussetzung für die Geltendmachung des Anspruchs.<sup>59</sup> Dies könnte einen (möglichen) Unterschied zu den „titoli di legittimazione“ oder Legitimationsurkunden darstellen, die zwar (mindestens nach einer Ansicht) ausreichend sind, um den Anspruch geltend zu machen, bei denen dieser jedoch (vom Gläubiger) auch anders nachgewiesen werden kann.<sup>60</sup> Erbringt also der Schuldner die Leistung gegenüber demjenigen, der keine Urkunde vorliegt, dann wird er von seiner Schuld nicht befreit.

Es ist klarzustellen, dass eine Ansicht Art. 1992 Cc auf uneigentliche Wertpapiere anwendet.<sup>61</sup> Die Vorschrift ist zwar für Wertpapiere im engeren Sinne gedacht, setzt aber keine Verkörperung des Rechts durch die Urkunde voraus, so dass sie (ausnahmsweise) auch auf die uneigentlichen Wertpapiere (bei denen eine solche Verkörperung fehlt) Anwendung findet (nicht aber – wie gesehen – auf die Legitimationsurkunden). Daher sei auch für die sog. „titoli impropri“ gem. Art. 2002 Cc (somit womöglich auch für die nicht personalisierten Tickets), genauso wie für Wertpapiere die Vorlage der Urkunde seitens des Besitzers die Voraussetzung für die Geltendmachung des Anspruchs (s. Art. 1992 Abs. 1 Cc). Sollte aber die Leistung (ohne Vorsatz bzw. grobe Fahrlässigkeit) gegenüber dem Besitzer der Urkunde, hier der Eintrittskarte, erbracht werden, dann wird der Schuldner trotzdem befreit, auch wenn der Besitzer „nicht Inhaber des Rechtes ist“ (s. Abs. 2).<sup>62</sup>

<sup>57</sup> S. oben. So auch Laurini, I titoli di credito, 2009, Cc 2002, 67.

<sup>58</sup> Das heißt, der Gläubiger braucht sich nicht anders als Berechtigter nachzuweisen. So Bianca, Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento, 1963, 298.

<sup>59</sup> Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 365.

<sup>60</sup> S. aber Cass., 9.11.1956 Nr. 4212, in Giust. civ. mass. 1956, 1445, wonach auch in Bezug auf die „titoli impropri“ oder uneigentlichen Wertpapieren der Anspruch auf die Leistung auch anders nachgewiesen werden könne und zwar im dem Sinne, dass auch bezüglich der „titoli impropri“ der Berechtigte – im Fall etwa des Verlusts der Urkunde – sein Recht rekonstruieren könne, Libonati, Titoli impropri e documenti di legittimazione, 365 Fn. 7. Vgl. Bianca, Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento, 298 f., nachdem für den Gläubiger die Möglichkeit bestehe, der Untergang der Urkunde bzw. die Berechtigung/das Fehlen einer Übertragung der Forderung an einen Dritten nachzuweisen.

<sup>61</sup> Für die Anwendbarkeit des Art. 1992 Cc auf die Urkunden gem. Art. 2002 Cc, s. oben.

<sup>62</sup> Bianca, Il debitore e i mutamenti del destinatario del pagamento, 298.

Auf die uneigentlichen Wertpapiere (somit womöglich auch auf die nicht personalisierten Tickets) findet dagegen – genauso wie es für die Legitimationsurkunden bereits erläutert wurde – Art. 1994 Cc über die Wirkungen des Besitzes im guten Glauben keine Anwendung. Tatsächlich ist aber nach einer Meinung auch bei den uneigentlichen Wertpapieren (anders als bei den Legitimationsurkunden) ein gutgläubiger Erwerb der Forderung als Folge eines gutgläubigen Erwerbs der Urkunde gem. Art. 1153 Cc möglich.<sup>63</sup> Es bestünde allerdings bei den „titoli impropri“ eine Abweichung von der Regel über den gutgläubigen Erwerb der (eigentlichen) Wertpapiere, da auch derjenige, der die Urkunde und daher die Forderung gutgläubig erwirbt, bezüglich der zu erhebenden Einrede der Regelung im Art. 1263 Cc unterliege, während für den gutgläubigen Erwerb der Urkunde bei den Wertpapieren Art. 1993 Cc gelten würde. Daher könne der Schuldner gegenüber dem Erwerber dieselben Einwendungen erheben, die ihm gegenüber dem ursprünglichen Gläubiger zustünden.

### III. Vertragliche Rechte und Pflichten der involvierten Subjekte

Die Qualifikation der Tickets als Legitimationsurkunden bzw. als uneigentliche Wertpapiere führt zum Ergebnis, dass (anders als bei den Wertpapieren) dem Empfänger kein autonomes Recht zusteht. Wie bereits dargelegt, dienen die Urkunden im Art. 2002 Cc lediglich einer Ausweiserleichterung des Berechtigten bzw. – was die Legitimationsurkunden betrifft – einer Erfüllungserleichterung. Die Rechte und Pflichten der involvierten Subjekte ergeben sich dagegen aus den zwischen ihnen konkret abgeschlossenen Verträgen.<sup>64</sup>

Hierzu scheint es sinnvoll die Ausgestaltung des Tickethandels in der italienischen Rechtsordnung kurz zu analysieren und die Regeln darzustellen, die auf die vertragliche Beziehung zwischen den involvierten Subjekten regeln.

#### 1. Rechtsbeziehungen Veranstalter – Kunde

Wie sich aus dem Bericht der „Commissione Cultura della Camera dei Deputati“ ergibt,<sup>65</sup> kann der Veranstalter direkt einen Vertrag mit dem Kunden abschließen und ein Ticket erstellen, um so die Erfüllung des Vertrages daher zu erleichtern. Der zwischen dem Veranstalter und dem Kunden abgeschlossene

---

<sup>63</sup> Nicola De Luca, Titoli di credito, verfügbar unter [www.treccani.it](http://www.treccani.it).

<sup>64</sup> Martorano, I titoli di credito, 85, 89.

<sup>65</sup> S. oben.

Vertrag wird normalerweise als Kaufvertrag beschrieben<sup>66</sup> (obwohl eigentlich vom Veranstalter eine Dienstleistung versprochen wird).<sup>67</sup>

## 2. Rechtsbeziehungen Veranstalter – beauftragter Tickethändler

Die Veranstalter können aber – wie es öfter der Fall ist – auch die dazu bestimmten Gesellschaften mit dem Vertrieb der Karten beauftragen,<sup>68</sup> die im Auftrag (Artt. 1703 ff. cc) (und meistens auch im Namen: Artt. 1387 ff. Cc) der Veranstalter die Verträge mit den Kunden abschließen.<sup>69</sup> Diese werden oft wie Kaufverträge beschrieben, obwohl eigentlich wieder – im Namen und im Auftrag der Veranstalter – ein Dienst versprochen wird.

Von den beauftragten Tickethändlern hat heute in Italien TicketOne S.p.A. eine zentrale Rolle. Am 24.4.2001 wurde eine Vereinbarung zwischen TicketOne S.p.A. und Panischi S.r.l. (die im Bereich des Vertriebs der Tickets tätig war) getroffen, durch die die erste Gesellschaft die (exklusive) Kontrolle über die zweite übernommen hat. Die Vereinbarung wurde am 5.7.2001 durch das italienische Kartellamt (Autorità Garante della Concorrenza e del mercato – im Folgenden AGCM) genehmigt<sup>70</sup>. Das AGCM<sup>71</sup> hat ferner am 14.3.2002 die zwischen TicketOne, den ehemaligen Gesellschaftern von Panischi und ca. 30 Veranstaltern abgeschlossene Ausschließlichkeitsvereinbarung bezüglich des 15-jährigen Online-Verkaufs der Eintrittskarten zu den von den beteiligten Veranstaltern organisierten Veranstaltungen<sup>72</sup> genehmigt. Insbesondere hat es ausgeschlossen, dass die

---

<sup>66</sup> S. Bericht, 61 f.

<sup>67</sup> Die an einen solchen Vertrag anwendbaren Regeln werden unten (III, 3) näher erläutert.

<sup>68</sup> S. Bericht, 61 f.

<sup>69</sup> S. Artt. 1 und 2 der AGB des Tickethändlers TicketOne. Der Vertrieb der Karten kann – so u.a. das italienische Kartellamt – AGCM, 14.3.2002, Nr. 10540 (I505), TicketOne/Promotori (alle AGCM Entscheidungen sind unter [www.agcm.it](http://www.agcm.it) verfügbar) – auch durch eine sog. „cessione dei diritti di rivendita“ oder Zession von Verkaufsrechten erfolgen.

<sup>70</sup> AGCM, 5.7.2001, Nr. 9729 (C4662), Seat Pagine Gialle/Panischi.

<sup>71</sup> AGCM, 14.3.2002, Nr. 10540.

<sup>72</sup> Nach der genannten Vereinbarung, sollte TicketOne für eine Zeit von 15 Jahren ein Exklusivrecht haben, eine bestimmte Prozentuale der Eintrittskarten (20% in den ersten zwei Jahren; 25% in den nächsten zwei und 30% ab dem fünften Jahr) zu den von den betroffenen Veranstaltern organisierten Veranstaltungen (über Internet) zu verkaufen. Insbesondere sollte nach der obigen Vereinbarung, TicketOne in den ersten sieben Tagen der einzige autorisierte Verkäufer der Eintrittskarten sein. Sollte in dieser Zeit TicketOne alle von ihm verfügbare Karten verkaufen, dann konnte dieser nach der genannten Vereinbarung, eine weitere Provision (10%) beantragen. Innerhalb von sieben Tagen vor der Veranstaltung sollte dann TicketOne den Veranstaltern die nicht verkauften Tickets (-5%) zurückgeben (es sei denn, er hat ihnen schriftlich mitgeteilt, dass er die Karten behalten will; fehlte eine solche Mitteilung, stand den Veranstaltern das Recht zu, die ausgebliebenen Karten auch offline zu verkaufen). TicketOne

getroffene Vereinbarung eine wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung darstellt. Die vereinbarte Beschränkung hat nämlich nur den Online-Verkauf und nur eine bestimmte Zahl von Tickets betroffen. Sie wurde dann bloß mit einigen Veranstaltern abgeschlossen, die nur einen geringen Teil des Markts darstellten. Daher war sie nicht geeignet, den Wettbewerb in einer erheblichen Weise zu beschränken (vgl. Art. 6 Abs. 1 L. Nr. 287/1990<sup>73</sup>).

Dasselbe wurde dann vom AGCM auch bezüglich des Wettbewerbsverbots angenommen, nach dem der Tickethändler TicketOne für eine Zeit von 15 Jahren ohne Zulassung der Veranstalter keine mit diesen konkurrierende Tätigkeit vornehmen sollte<sup>74</sup>. Damit wurde nämlich der Markt nur begrenzt beschränkt. Insbesondere, galt das Wettbewerbsverbot im konkreten Fall nur für bestimmte Bereiche. Zusätzlich blieben auf dem Markt genügend Wettbewerber. Das Verbot war auch nicht durch besondere strukturelle Verkrustungen gekennzeichnet.

Was dann das Wettbewerbsverbot betrifft, nach dem auch die Veranstalter keine mit derjenigen vom TicketOne konkurrierenden Tätigkeit vornehmen sollten, war es auf den online Verkauf beschränkt, der – zur damaligen Zeit 2001 des Abschlusses der Vereinbarung – nur einen geringen Teil des Markts darstellte. Daher ging es auch in Bezug auf dieses Verbot um keine verbotene Vereinbarung. Beide Parteien haben zusätzlich gezeigt, dass keine Voraussetzungen einer schnellen Angebotsanpassung bestehen, die jeder von ihnen ermöglichen würde als Wettbewerber der anderen zu handeln. Die getroffenen Vereinbarungen schienen daher nicht dazu geeignet, die vorherige Lage erheblich zu verändern.

Die Entscheidung des Kartellamts basierte allerdings auf der Lage zur Zeit der obigen Vereinbarungen und hatte eine Geltung von 15 Jahren. Das AGCM hat sich die Möglichkeit vorbehalten, nach dem Ablauf der Frist eventuell wieder Stellung zu nehmen. Die 15-jährige Frist ist inzwischen abgelaufen und die Frage, die sich stellt, ist, ob die heutige Lage eine neue Stellungnahme des Kartellamts

---

stand schließlich nach der obigen Vereinbarung das Recht zu, für jedes verkaufte oder gebuchte Ticket, 15% des Gesamtpreises zu behalten.

<sup>73</sup> Durch den am 24.4.2001 abgeschlossenen und durch das AGCM am 5.7.2001 genehmigten Vertrag hat TicketOne – der im Jahr 2000 24,3% des Markts kontrollierte – zwar die Anteile des Wettbewerbers Panischi erworben und daher die Kontrolle desselben übernommen, so dass der abgeschlossene Vertrag ein Zusammenschluss gem. Art. 5, lit. b L. Nr. 287/1990 darstellte. Derselbe Vertrag hat aber – so das AGCM – zu keiner Begründung bzw. Stärkung einer marktbeherrschenden Position von TicketOne gem. Art. 6 Abs. 1 L. Nr. 287/1990 geführt, da Panischi nur 0,17% Marktanteil besaß und noch genügend andere Wettbewerber auf dem Markt blieben. Fraglich ist freilich, ob diese Annahmen noch aktuell sind (s. jetzt die Meinung von Avv. Dona von der „Unione Nazionale Consumatori“, im oben zitierten Bericht (S. 64), nach dem TicketOne eigentlich ein Monopol habe).

<sup>74</sup> Mit der expliziten Ausnahme der Organisation von Sport- und Kinoveranstaltungen sowie – insbesondere das Projekt Opera One betrifft – der Veranstaltungen im Bereich der klassischen, sinfonischen und Opernmusik.

erforderlich macht (man muss dazu berücksichtigen, dass TicketOne inzwischen neue Vereinbarungen mit den Veranstaltern abgeschlossen hat).

### 3. Rechtsbeziehungen Beauftragter Tickethändler – Kunde

Werden die Karten, wie es oft der Fall ist, nicht direkt vom Veranstalter erstellt und übergeben, sondern von den dazu beauftragten Tickethändlern vertrieben, werden die Kunden mit diesen eigentlich zwei verschiedene Verträge schließen, d.h. einen Vertrag (oft als „auflösend bedingter Kaufvertrag“<sup>75</sup> beschrieben,<sup>76</sup> obwohl – wie bereits dargelegt – eine Dienstleistung erbracht werden soll), den der Tickethändler im Auftrag (und meistens auch im Namen) des Veranstalters abschließt; und zusätzlich einen „Service-Vertrag“, der direkt mit dem Tickethändler abgeschlossen wird und die Erbringung des von ihm zusätzlich angebotenen Services als Gegenstand hat.<sup>77</sup>

Die beiden Verträge können sowohl unter Anwesenden als auch unter Abwesenden abgeschlossen werden. Dies ist, z.B., dann der Fall, wenn der Kunde sie nicht in einem sog. Ticket-Point, sondern über die Webseite des Tickethändlers abschließt. In diesem Fall stellen die mit dem Tickethändler abgeschlossenen Verträge elektronisch abgeschlossene Fernabsatzverträge dar. Als solche unterstehen sie einerseits der Regelung über den elektronischen Handel (D.Lgs. Nr. 70/2003, durch die sog. E-Commerce Richtlinie Nr. 2000/31/EG umgesetzt wurde). Daher ist der Tickethändler u.a. verpflichtet gegenüber den Kunden bestimmte Informationspflichten zu erfüllen. Handelt es sich um B2c Verträge, sind die Informationspflichten, die der Unternehmer vor dem Vertragsschluss erfüllen soll, unabdingbar. Wird zudem der Fernabsatzvertrag mit einem Verbraucher abgeschlossen, finden noch die entsprechenden Vorschriften im „Codice del Consumo“ Anwendung (Art. 45 ff. Cod. Cons., durch die die sog. VRRRL – 2011/83/UE umgesetzt wurde). Diese sehen u.a. weitere Informationspflichten für den Unternehmer vor.

Diesbezüglich soll man allerdings präzisieren, dass – anders als das bei Fernabsatzverträgen normalerweise der Fall ist – hier kein Widerrufsrecht des Verbrauchers gem. Art. 54 Cod. Cons. besteht (worüber der Verbraucher zu informieren ist). Dies ergibt sich aus Art. 59 lit. n Cod. Cons., nach dem das Widerrufsrecht gem. Art. 54 Cod. Cons. u.a. dann ausgeschlossen ist, wenn „Dienstleistungen im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen erbracht werden

---

<sup>75</sup> Der also aufgelöst wird, wenn der Preis nicht bezahlt wird.

<sup>76</sup> So dass konsequent die Artt. 1470 ff. Cc bzw., wenn der Vertrag mit einem Verbraucher abgeschlossen wird, auch die im Codice del Consumo enthaltenen Regeln über den Verbrauchgüterkauf (Artt. 128 ff. Cod. Cons.) Anwendung finden sollten.

<sup>77</sup> S. den zitierten Bericht, Seite 61 f. Vgl. Artt. 1 und 2 der AGB des Tickethändlers TicketOne.

und der Vertrag für die Erbringung einen spezifischen Termin oder Zeitraum vorsieht“ (vgl. Art. 16 lit. 1 der Richtlinie 2011/83/EU). Der Ausschluss kommt freilich nur zur Anwendung, wenn der Verbraucher darüber belehrt worden ist (s. Art. 49 Cod. Cons.; vgl. Art. 6 lit. k der Richtlinie 2011/83/EU). Dies erfolgt normalerweise durch die Einführung einer entsprechenden Bestimmung in die AGB der betreffenden Verträge.<sup>78</sup>

Was insbesondere die durch eine Vertragspartei (hier durch den Tickethändler) aufgestellten allgemeinen Geschäftsbedingungen betrifft, sind sie allerdings gem. Art. 1341 Cc nur dann gegenüber der anderen Partei wirksam, wenn diese sie im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses kannte oder bei Anwendung der gewöhnlichen Sorgfalt hätte kennen müssen. Dabei sind einige besonders nachteilige (und vom Art. 1341 Cc abschließend aufgezählte) Klauseln nur dann wirksam, wenn sie im Einzelnen schriftlich angenommen wurden (diesbezüglich ist eine doppelte Unterschrift bzw., wenn es sich um online Verträge handelt, eine elektronische Signatur nötig<sup>79</sup>).

Handelt es sich um Verbraucherverträge, sollen dann noch die im „Codice del Consumo“ enthaltenen Vorschriften über die missbräuchlichen Klauseln berücksichtigt werden (s. Artt. 33 ff. Cod. Cons.). Nach diesen sind die vertraglichen Bestimmungen dann missbräuchlich und deswegen unwirksam bzw. nichtig, wenn sie „trotz dem Gebot von Treu und Glauben zu Lasten des Verbrauchers ein erhebliches Missverhältnis zwischen den sich aus dem Vertrag ergebenden Rechten und Pflichten hervorrufen“ (Art. 33 Abs. 1) und sie nicht im Einzelnen ausgehandelt worden sind (d.h. nicht „Gegenstand individueller Verhandlungen waren“: s. Art. 34 Abs. 4). Die Generalklausel ermöglicht es auch dann eine Klausel als missbräuchlich anzusehen, wenn sie weder in der sog. grauen noch in der sog. schwarzen Liste enthalten ist, die entsprechend diejenigen Klauseln aufzählen, die als missbräuchlich angesehen werden sollen (es sei denn, es wird nachgewiesen, sie wurden im Einzelnen ausgehandelt) (Art. 33 Abs. 2) oder stets missbräuchlich sind (Abs. 36).

#### *4. Rechtsbeziehungen Kunde – (End)Kunde*

Die Kunden dürfen, nach dem Abschluss des Vertrages mit dem Veranstalter (bzw. mit dem Tickethändler, der aber normalerweise im Auftrag und Namen des Veranstalters handelt), die Karte selbst benutzen oder ihre Forderung abtreten, wobei sie diesbezüglich die dazu bestimmten (und bereits analysierten) Regeln einhalten müssen.

---

<sup>78</sup> Vgl. Art. 13.1 der AGB des Tickethändlers TicketOne.

<sup>79</sup> So Trib. Catanzaro, 18.-30.4.2012, verfügbar unter [www.ilcaso.it](http://www.ilcaso.it).

Im Internet sind auch für den italienischen Markt Plattformen entwickelt worden, wo die Kunden die von ihnen gekauften Karten anderen Interessenten anbieten können. Es geht also – mindestens in der Grundkonzeption – um Plattformen, die wie „Intermediäre“ oder „Hosting-Provider“ tätig sind. Erst dadurch ist die Entwicklung eines professionellen Ticketzweitmarkts ermöglicht worden. Wie es sich aus dem bereits erwähnten Bericht der „Commissione Cultura della Camera dei Deputati“ ergibt, werden durch solche Plattformen nicht nur Geschäfte unter Privaten abgeschlossen. Vielmehr dienen sie auch dem professionellen „Weiterverkauf der Karten“.

Ferner ergibt sich aus dem genannten Bericht und aus den gerichtlich entschiedenen Fällen<sup>80</sup>, dass die Veranstalter nicht selten selbst von den Plattformen Gebrauch machen. Sie sind nämlich oft bereit, nur eine bestimmte Zahl von Verträgen direkt (bzw. durch die dazu beauftragten Tickethändler) für die offiziell erklärte Geldsumme abzuschließen, während die noch frei gebliebenen Plätze auf den erwähnten (oft mit den Veranstaltern selbst verbundenen) Plattformseiten für einen höheren Preis zur Verfügung gestellt werden.

Der Weiterverkauf (bzw. die Weiterabtretung) des vom Veranstalter oder Tickethändler erworbenen Rechts ist zwar möglich. Gleichzeitig kann sie aber – wie es unten näher erklärt wird – vertraglich ausgeschlossen werden oder gesetzlich verboten sein. Genau ein solches Verbot wurde unlängst in die italienische Rechtsordnung eingeführt.<sup>81</sup> Nach der neuen Gesetzesregelung ist nur noch eine Weiterverfügung des Rechts seitens eines Verbrauchers möglich und auch diese nur dann, wenn der Verbraucher sein Recht gelegentlich abtritt und nicht unternehmerisch handelt. Dagegen ist nach der neuen Regelung jede Form des Weiterverkaufs für gewerbliche Zwecke verboten und deswegen (insbesondere in den oben beschriebenen Formen) unzulässig.<sup>82</sup>

Erwähnenswert ist ferner, dass schon vor der Einführung des gesetzlichen Verbotes das Tribunale di Roma in mehreren Entscheidungen der Jahre 2016/17 den professionellen Weiterverkauf der Tickets für unzulässig erklärt hat. Im konkreten Fall wurden die Karten direkt vom Veranstalter einigen Tickethändlern zur Verfügung gestellt und zwar mit der Vereinbarung, dass die Profite aus dem Verkauf der Karten (der für einen höheren Preis als auf dem sog. Primärmarkt erfolgen sollte) zwischen den betroffenen Tickethändlern und dem Veranstalter verteilt werden sollten. Die beschriebene Handlung wurde vom Tribunale di Roma

<sup>80</sup> Trib. Roma, 1.12.2016, Foro it. 2017, 3, I, 1101; Id., 30.11.2016, unter [www.iusexplorer.it](http://www.iusexplorer.it) verfügbar. Vgl. Trib. Roma, 9.6.2017, Dir. ind. 2017, 447 (s. auch Hinweis in “SIAE vince il ricorso sul caso secondary ticketing per i concerti degli U”, News v. 12.6.2017, unter [www.siae.it](http://www.siae.it) verfügbar). Dazu *Antonino Geraci*, *Illegittimo il secondary ticketing a scopo commerciale*, Dir. ind. 2017, 450 ff.

<sup>81</sup> Mehr dazu s. unten.

<sup>82</sup> Mehr dazu unten.

als dazu geeignet beschrieben, die Vorschriften im Bereich des Urheberrechts umzugehen<sup>83</sup> sowie die Interessen des Fiskus zu beeinträchtigen, da die Steuern und das *Cachet* der Künstler bzw. der Urheber im konkreten Fall nicht auf der Grundlage des von den Verbrauchern und anderen Endkunden tatsächlich bezahlten Preises berechnet wurden. Ferner sei die obige Handlung nach dem Gericht auch dazu geeignet gewesen, die Interessen der Verbraucher zu verletzen.<sup>84</sup>

#### IV. Vertragliche Gestaltung

##### 1. Einschränkungen der Übertragbarkeit

Um eine Weiterveräußerung der Eintrittskarten zu vermeiden, führen die Tickethändler in die eigenen AGB oft ein Abtretungs- bzw. Weiterveräußerungsverbot ein.<sup>85</sup> Die Möglichkeit einer solchen vertraglichen Einschränkung scheint mittlerweile – innerhalb bestimmter Grenzen – mit den allgemeinen Regeln vereinbar zu sein.

---

<sup>83</sup> Art. 144 des italienischen Urheberrechtsgesetzes (Nr. 633/1941), sieht ein „Folgerecht“ des Urhebers bezüglich der Profite aus dem Weiterverkauf vor, ist aber eigentlich nicht explizit für die Musikwerke gedacht. Die Vergütung soll gem. Art. 152 des genannten Gesetzes vom Verkäufer (durch die Überweisung des entsprechenden Betrags an SIAE – „Verband italienischer Autoren und Verleger“) bezahlt werden. S. aber die Anhörung vom Herrn Salvadori, President von TridentMusic (im zitierten Bericht, auf der Seite 65 zusammengefasst), nach dem manchmal dieselben Künstler die Tickets „professionell“ weiterverkaufen.

<sup>84</sup> Trib. Roma, 1.12.2016; Id., 30.11.2016; Id., 9.6.2017, durch die sowohl der Veranstalter als auch die Zweithändler zur Unterlassung der vorgenommenen Handlung gem. Art. 700 der Codice di Procedura Civile – CPC (über die einstweilige Verfügung) verurteilt worden sind, wobei für jede weitere Verletzung eine Strafe in Höhe v. 2.000 € angedroht wurde. Vgl. den bereits zitierten Bericht, wo über den Skandal berichtet wird, der u.a. den Veranstalter Live Nation involvierte. Siehe auch S. 63, wo ausgeführt wird, dass in bestimmten Fällen die Secondary Ticketing-Internetseiten sogar den Veranstaltern „gehören“. Diese ziehen aus den Zweitmarkt große Profite, welche dann reinvestiert werden können. Dies führt zur Etablierung und zur Entwicklung einer marktbeherrschenden Stellung derselben und einer Marginalisierung der anderen Veranstalter.

<sup>85</sup> S., z.B., Art. 18.1 der AGB des Tickethändlers TicketOne, demnach die entgeltliche und professionelle Weiterveräußerung der Karten nur vorbehaltlich der Zustimmung des Veranstalters möglich ist. Dem Veranstalter steht dann die Möglichkeit zu – durch die Erstellung von namengebundenen Tickets – die Weiterveräußerung auszuschließen. Diesbezüglich könnte man sich zuerst einmal fragen, ob die namentlich gekennzeichneten Karten *per se* geeignet sind, die Abtretung zu vermeiden. S. mehr dazu oben. Ob dann eine solche Abweichung vom jüngst eingeführten absoluten Verbot der professionellen Weiterveräußerung (die auch mit Zustimmung des Veranstalters nicht möglich ist: s. unten) zulässig ist, erscheint zweifelhaft.

a) Personalisierte und nicht personalisierte Tickets als Legitimationsurkunden

Werden die (personalisierten) Tickets als Legitimationsurkunden definiert, dann ergibt sich die Möglichkeit des vertraglichen Ausschlusses der Veräußerung bzw. der Abtretung (wenn diese nicht schon vom Anfang an auszuschließen ist: Art. 1260 Abs. 1 Cc) aus dem allgemeinen Abtretungsrecht (Art. 1260 Abs. 2 Cc).

Dazu scheint es nicht erforderlich zu sein, dass die Einschränkung der Übertragbarkeit direkt aus der Urkunde resultiert.<sup>86</sup> Auf die Legitimationsurkunden findet nämlich nicht Art. 1997 Cc Anwendung, der für Wertpapiere bestimmt, daß „die Beschränkungen der Verfügbarkeit des durch ein Wertpapier verbrieften Rechts oder der von einem solchen vertretenen Waren [...] wirkungslos“ sind, „wenn sie nicht auf dem Papier selbst durchgeführt werden“. Es ist also ausreichend, wenn die Einschränkung bzw. das Verbot der Verfügung sich aus dem zwischen dem Veranstalter (oder dem Tickethandler) und dem Kunden abgeschlossenen Vertrag ergibt.

Insbesondere bei den B2C Verträgen stellt sich dann die Frage, in welchem Maße und innerhalb welcher Grenzen ein – beispielweise in den AGB enthaltener – Ausschluss der Abtretung überhaupt gerechtfertigt und wirksam ist (Artt. 33 ff. Cod. Cons.; für die B2B Verträge, s. Art. 1341 Cc). Die Rechtsprechung und die Lehre haben sich bis heute anscheinend mit dem Problem nicht direkt beschäftigt. Diesbezüglich lässt sich aber vertreten, dass ein in den AGB enthaltener Ausschluss der Abtretung eine benachteiligende Klausel gem. Art. 1341 Cc darstellt. Sie schränkt nämlich die Vertragsfreiheit des Berechtigten bzw. des Inhabers des Tickets in den Beziehungen zu Dritten ein (vgl. die Liste der benachteiligenden Geschäftsbedingungen im Art. 1341 Abs. 2 Cc) und wird daher nur dann wirksam, wenn sie im Einzelnen schriftlich angenommen wird.<sup>87</sup>

Bei den B2C Verträgen wird dann eine Klausel, die die Vertragsfreiheit des Verbrauchers in den Beziehungen zu Dritten einschränkt, gem. Art. 33 lit. t Cod. Cons. als missbräuchlich vermutet, es sei denn die andere Partei (d.h. der Tickethändler oder der Veranstalter) beweist, dass sie im Einzelnen ausgehandelt wurde. Letzteres wird aber in den hier untersuchten Fällen kaum einmal vorkommen.

Wird der Ausschluss wirksam vereinbart, dann kann die Abrede „dem Übernehmer der Forderung gegenüber [...] eingewendet werden“ jedoch nur dann, wenn „bewiesen wird, dass dieser sie zur Zeit der Abtretung kannte“ (s. Art. 1260 Abs. 2 Cc). Dies ist z.B. dann der Fall, wenn sich das Abtretungsverbot direkt aus der Urkunde ergibt (in diesem Fall könnte auch die

---

<sup>86</sup> Vgl. aber Lener/Stella Richter jr., in *Commentario Gabrielli*, 2015, Cc 2002, 277 f.

<sup>87</sup> S. oben.

Ungültigmachung/Entkräftigung/Vernichtung der Karte, die teilweise auch in den AGB der Tickethändler vorgesehen ist, eine angemessene Maßnahme darstellen). Ist dies nicht der Fall, dann ist die (angezeigte) Abtretung wirksam, so dass der Zessionar zur Forderung der Leistung berechtigt ist. Der Schuldner kann daher lediglich auf Schadensersatz wegen einer Pflichtverletzung seitens des Zedenten klagen. Die Ungültigmachung/Vernichtung/Entkräftigung der Tickets scheint in diesem Fall nicht rechtmäßig zu sein.

b) Nicht personalisierte Tickets als uneigentliche Wertpapiere

Was dann die uneigentlichen Wertpapiere und deswegen – nach einer Meinung – auch die nicht personalisierten Karten betrifft, sind sie – wie gesagt – zur Zirkulation bestimmt bzw. geeignet. Dies schließt aber nicht aus, dass die Übertragbarkeit derselben vertraglich ausgeschlossen werden kann (dazu ist es auch hier nicht erforderlich, dass der Ausschluss sich aus der Urkunde ergibt: Art. 1997 Cc findet nämlich auch auf die uneigentlichen Wertpapiere keine Anwendung).

Da Art. 2002 Cc die Anwendung des allgemeinen Abtretungsrechts auf die uneigentlichen Wertpapiere ausschließt, könnte man sich fragen, ob die Möglichkeit eines vertraglichen Ausschlusses der Veräußerung sich (auch indirekt) aus Art. 1260 Abs. 2 Cc ergeben kann, oder ob auf die uneigentlichen Wertpapiere Art. 1379 Cc über das Veräußerungsverbot angewendet werden soll.

Im zweiten Fall würde „das vertraglich“ wirksam „festgesetzte Veräußerungsverbot [...] nur zwischen den Parteien“ wirken und nur dann gültig sein, „wenn es in angemessenen zeitlichen Grenzen gehalten wird und wenn es einem nennenswerten Interesse einer der Parteien entspricht“. Da das vereinbarte Verbot gem. Art. 1379 Cc nur eine relative Wirkung hat, könnte man es gegenüber dem Übernehmer der Forderung nie geltend machen, selbst dann nicht, wenn dieser das Verbot kannte (anders nach dem Art. 1260 Abs. 2 Cc). Wird die Forderung, trotz des Verbots, weiterveräußert, kann man nur auf Schadensersatz klagen.<sup>88</sup>

Bei uneigentlichen Wertpapieren, insbesondere bei denjenigen, die auch ohne „Girata“ übertragen werden können (so ist es für die uneigentlichen Inhaberpapiere, welche – wie gesagt – die nicht personalisierten Tickets sein könnten), ist der Schuldner allerdings sehr oft faktisch nicht in der Lage, zu ermitteln, ob (trotz des Verbots) eine solche Übertragung erfolgt ist.

---

<sup>88</sup> Gegen die Vertragspartei bzw., eventuell, gegen den Dritten, wenn dieser den Ticketinhaber dazu veranlasst hat, das Verbot zu verletzen. In diesem Fall wird Schadensersatz gem. Art. 2043 Cc (der die außervertragliche Haftung regelt) verlangt. S. oben für die Möglichkeit der Vernichtung/Ungültigmachung/Entkräftigung des Tickets.

## 2. Vermeidung der Nutzung seitens eines Dritten: Neuausstellung von Tickets

Es besteht noch die Möglichkeit, dass die Karte – auch ohne formelle Abtretung – von einem Dritten benutzt wird, um sich durch ihre Vorlage als zur Leistung berechtigt auszuweisen. Um diese (faktische) Nutzung des Tickets seitens eines Dritten (auch gegen den Willen des Erstbesitzers) zu vermeiden, kann im mit dem Veranstalter bzw. dem Tickethändler abgeschlossenen Vertrag vorgesehen werden, dass der Karteninhaber den Verlust der Karte anzeigen soll, um die Ausstellung eines neuen Tickets verlangen zu können. Diesbezüglich sind unterschiedliche Lösungen vorstellbar:

Wie sich insbesondere aus den AGB von einigen Fluggesellschaften ergibt, tendieren diese dazu, nur dann ein Duplikat zu erstellen, wenn bewiesen werden kann, dass die Karte erstellt wurde und der Kunde sich verpflichtet, Schäden zu ersetzen, die aus einer eventuellen Nutzung des Tickets entstehen können.<sup>89</sup> Ist dies nicht der Fall, dann wird einfach ein neues Ticket erstellt, das vom Interessenten zuerst einmal bezahlt werden soll. Erst dann, wenn sich herausstellt, dass die Originalkarte nicht vor dem Ablauf der Verjährungsfrist benutzt worden ist, wird die Gesellschaft den bezahlten Kaufpreis erstatten.<sup>90</sup>

Anders sind die AGB des Tickethändlers TicketOne ausgestaltet, wo explizit ausgeschlossen wird, dass im Fall des Verlustes des Tickets bzw., wenn dieses untergegangen ist oder gestohlen wurde der Kunde eine neue Karte beanspruchen kann. Das Ticket könne ferner nicht erneut gedruckt bzw. erstellt werden. Der Forderungsberechtigte könnte daher ohne Ticket nicht seine Leistung verlangen (vgl. Art. 15.1). Inwieweit dies mit der rechtlichen Einordnung des Tickets als Urkunde gem. Art. 2002 Cc vereinbar ist, ist fraglich.

Darüber hinaus wurde es im Schrifttum behauptet, dass die Klausel, durch die der Urkundenersteller bestimmt, dass das Risiko der Nutzung des Papiers seitens einer anderen Person als des Berechtigten von diesem getragen werden soll, als benachteiligt anzusehen sei und (insbesondere bei B2C-Verträgen) daher unwirksam sei, es sei denn, sie wurde im Einzelnen ausgehandelt.<sup>91</sup>

Wird dann im Vertrag nichts über die Folgen eines Verlusts der Karte gesagt, könnte man sich fragen, ob eventuell das sog. Verfahren zur Kraftloserklärung des verlorenen, gestohlenen oder vernichteten (Wert)papiers auf die Urkunden in

---

<sup>89</sup> So auch im Fall, dass die Erstattung des bezahlten Preises beantragt wird.

<sup>90</sup> Vgl., auch für den Text der entsprechenden AGB, Pérez Millán, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 145 ff.

<sup>91</sup> So Pérez Millán, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 147.

Art. 2002 Cc (welche u.a. auch die Tickets sind) angewendet werden kann, was aber bis heute umstritten bleibt.<sup>92</sup>

## V. Spezifische Regulierung

Wie schon dargelegt, sind neben den vertraglichen auch die gesetzlichen Einschränkungen der Übertragbarkeit anwendbar (s. Art. 1460 Cc). Sie finden sich für den Ticketzweithandel vor allem in spezifischen Regulierungen für diesen Bereich.

### 1. Grenzen der Übertragbarkeit nach D.M. 6.6.2005<sup>93</sup>

Die Abtretung bzw. die Veräußerung der Tickets seitens des Inhabers wird, was die Tickets, die unter den Anwendungsbereich des Ministerialdekrets D.M. 6.6.2005 fallen (und – wie gesagt – personalisiert bzw. namentlich gekennzeichnet sind), betrifft, durch Art. 5 Abs. 1 desselben Dekrets zeitlich (und räumlich) eingeschränkt: Nach der erwähnten Vorschrift wird nämlich ab 19 Uhr des Tages vor der Veranstaltung der Verkauf (bzw. die Abtretung) der Eintrittskarten zum Gastsektor verboten. Am Tag der Veranstaltung ist dann auch der direkte Ticketverkauf vor dem Stadion ausgeschlossen.

### 2. Verbot der Weiterveräußerung nach L. Nr. 232/2016

Zudem wurde vom italienischen Gesetzgeber vor Kurzem eine wesentliche Einschränkung der Möglichkeit einer Weiterveräußerung der Karten seitens der Inhaber derselben vorgesehen. Der italienische Gesetzgeber hat, durch das Gesetz v. 11.12.2016, Nr. 232 (sog. „Legge di Bilancio“ 2017), explizit zum Phänomen „Ticketzweithandel“ Stellung genommen und eine Weiterveräußerung der Tickets nur in sehr engen Grenzen als zulässig anerkannt (s. Art. 1 Abs. 545 und 546).

Spricht die rechtliche Einordnung der Tickets (als Legitimationsurkunden bzw. als uneigentlichen Wertpapiere) nicht gegen eine Weiterveräußerung derselben, verbietet heute Art. 1 Abs. 545 des oben genannten Gesetzes den Ticketverkauf sowie andere Formen des Vertriebs der Tickets (die also als möglicher Gegenstand eines Vertrages betrachtet werden) seitens der nicht zur Ticketerstellung – durch Vertrag oder andere Vereinbarungen – berechtigten

---

<sup>92</sup> Für das Problem der Anwendung des genannten Verfahrens auf die Fahrkarten, s. Pérez Millán, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 145.

<sup>93</sup> Decreto Ministeriale “Modalita’ per l’emissione, distribuzione e vendita dei titoli di accesso agli impianti sportivi di capienza superiore alle diecimila unita’ , in occasione di competizioni sportive riguardanti il gioco del calcio.“, G.U. 30.6.2005, S. 11 ff.

Subjekte. Zwischen den personalisierten und nicht personalisierten Tickets wird diesbezüglich nicht unterschieden: Das gesetzlich vorgesehene Verbot soll daher auf beide Kategorien Anwendung finden. Für die Verletzung des gesetzlichen Verbots wird, soweit keine Straftat vorliegt<sup>94</sup>, eine verwaltungsrechtliche Geldbuße (von 5.000 bis 180.000 Euro) vorgesehen.

Ferner kann aufgrund der Gesetzverletzung die Löschung des Inhalts der Internetseite (auf der die Tickets angeboten werden) bzw. die Sperrung der Internetseite selbst angeordnet werden. Die zuständigen Behörden (d.h. – wie sich direkt aus dem Gesetz ergibt – die Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen oder „Autorità per le garanzie nelle comunicazioni“ – im Folgenden nur AGCOM –, aber z.B. auch die Postpolizei), können dann den Tickethändlern (auch von Amts wegen) Schadensersatzzahlungen auferlegen.

Zur neuen Regelung haben verschiedene Marktteilnehmer Stellung genommen, die von der „Commissione Cultura della Camera dei Deputati“ angehört wurden. Die Ergebnisse der Anhörungen, die im bereits erwähnten Bericht der Kommission zusammengefasst sind, sollten die Grundlage für die Erarbeitung des Dekrets darstellen. Dieses sollte innerhalb von 30 Tagen nach Inkrafttreten des Gesetzes vom Minister für Wirtschaft und Finanzen,<sup>95</sup> zusammen mit dem Minister für die Justiz und dem Minister für Güter und Kultur sowie Tourismustätigkeit (und nach Anhörung von AGCOM und SIAE) erlassen werden. Als Inhalt sind Detailvorschriften und technische Regeln für die Umsetzung des Abs. 545 vorgesehen mit dem Ziel, die Effizienz und die Sicherheit des Ticketkaufs durch automatisierte Systeme sowie Verbraucherschutz zu gewährleisten (s. Art. 1 Abs. 546). Zum Erlaß dieses Dekrets ist es jedoch – soweit ersichtlich – bis heute nicht gekommen.

a) Die *Ratio* des Verbotes und seine konkreten Auswirkungen

Der explizite Zweck der Neuregelung ist es, unlautere Geschäftspraktiken zu vermeiden, Steuerhinterziehung bzw. -Umgehung zu bekämpfen, den Verbraucherschutz zu gewährleisten und die öffentliche Ordnung zu schützen (s. Abs. 545).

Insbesondere, ging es dem Gesetzgeber darum, den massenhaften Kauf der Karten auf dem sog. Primärmarkt bzw. ihren massenhaften Verkauf (für einen höheren Preis) auf dem Zweitmarkt zu vermeiden.<sup>96</sup> Wie von der Rechtsprechung

---

<sup>94</sup> S. Strafverfahren Nr. 39414/2016 (in dem erwähnten Bericht der „Commissione Cultura“ erwähnt) für die Anklage gegen LiveNation Italia, LiveNation 2 und VIVO wegen Betrug gegenüber SIAE und Agiotage. Die Angeklagten haben im konkreten Fall eine große Zahl von Karten auf den Zweitmarkt umgeleitet und daraus Profite erzielt.

<sup>95</sup> Innerhalb 30 Tagen nach dem Inkrafttreten des Gesetzes.

<sup>96</sup> Für die vom Gesetz vorgesezten Unterscheidung zwischen diesen zwei Märkten, s. unten.

festgestellt wurde und wie sich u.a. auch aus den von der „Commissione Cultura della Camera die Deputati“ gesammelten Anhörungen ergibt, würden durch ein solches Verhalten nicht nur die urheberrechtlichen Vorschriften umgangen, sondern auch die Interessen des Fiskus (der den gesetzlich vorgesehenen Steuersatz auf den Preis des Tickets anwenden soll<sup>97</sup>) und der Verbraucher (die bei fehlender Verfügbarkeit der Karten vor der Alternative stünden, das Ticket für einen zu hohen Preis auf dem Zweitmarkt zu kaufen oder auf die Veranstaltung zu verzichten) beeinträchtigt<sup>98</sup>. Die Agenzia delle Entrate bzw. SIAE<sup>99</sup> erhielten insbesondere keine Information über den Preis der Karten auf dem Zweitmarkt, weil die dort abgeschlossenen Verträge als Geschäfte unter Privaten (d.h. unter Personen, die durch eine Plattform im Kontakt kommen) konstruiert werden (obwohl der Plattformbetreiber oft als ein richtiger Verkäufer handelt bzw. den Abschluss von B2B-Verträgen ermöglicht<sup>100</sup>) und so von Mehrwertsteuern befreit sind.<sup>101</sup> Besteuert wird lediglich der „Originalpreis“, was Schaden für die staatlichen Finanzen verursacht.<sup>102</sup>

b) Die von L. Nr. 232/2016 vorgesehene(n) Ausnahme(n)

aa) Der Verbraucher als autorisierter Tickethändler

Das verabschiedete Gesetz hat allerdings nur zum Ziel, den sog. professionellen Ticketzweithandel zu vermeiden. Wie sich aus den Ergebnissen der Untersuchung der „Commissione Cultura“<sup>103</sup> sowie aus den Entscheidungen des AGCM<sup>104</sup> ergibt, besteht jedoch die Tendenz zwischen zwei Märkten – dem Primär- und dem Sekundärmarkt – zu unterscheiden:

---

97 Für die steuerrechtlichen Bestimmungen, s. <http://www.agenziaentrate.gov.it/wps/content/Nsilib/Nsi/Home/CosaDeviFare/Richiedere/Scheda+biglietteria+automatizzate-misuratori+fiscali/Scheda+Biglietteria+automatizzate/NP+biglietteria+automatizzate/>.

98 Vgl. Tribunale Roma, 1.12.2016; Id., 30.11.2016; Id., 9.6.2017, durch die sowohl der Veranstalter als auch die Ticket(zweit)händler zur Unterlassung der vorgenommenen Handlung gem. Art. 700 CPC (über die einstweilige Verfügung) verurteilt worden sind, wobei für jede Verletzung eine Strafe in Höhe v. 2.000 € vorgesehen wurde.

99 S. Abkommen v. 15.12.2009 über die Zuständigkeit und die Aufgaben von SIAE (unter [www.siae.it](http://www.siae.it) verfügbar).

100 S. die Stellungnahmen von Agenzia delle Entrate und von SIAE (im bereits zitierten Bericht auf den Seiten 64 ff. zusammengefasst).

101 Es kommt noch dazu, dass die zum Zweithandel bestimmten Internetseiten meistens im Ausland ihren Sitz haben.

102 Für eine sold-out Veranstaltung handelt es sich um einen Verlust zwischen 3 und 5 Millionen Euro. S. die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission für die Kultur, auf der Seite 64.

103 Siehe insbesondere Seite 62.

104 AGCM, 5.4.2017, Nr. 26534 (PS8035) TicketOne-Biglietti non disponibili.

Auf dem Primärmarkt werden die erstellten Tickets entweder direkt von den Veranstaltern „verkauft“ bzw. den Kunden als Legitimationsurkunden für den Beweis des von diesen erworbenen Rechts erteilt; oder von den durch die Veranstalter beauftragten Tickethändlern vertrieben.

Auf dem Sekundärmarkt werden dann die auf dem Primärmarkt „gekauften“ bzw. erworbenen Karten, dagegen, „weiterverkauft“ bzw. wird die damit verbundene Forderung abgetreten. Dies erfolgt meistens online, über Internet, wo bestimmte Plattformbetreiber den Ticketinhabern ermöglichen ihre Forderung an Dritte zu veräußern.

Das neu verabschiedete Gesetz ist nicht dazu bestimmt, den Austausch zwischen Privaten durch solche Plattformen zu verbieten (sofern diese nur als „Hosting Provider“ tätig sind). Dagegen ist der Zweck des Gesetzes, es auszuschließen, dass die Karten überwiegend oder sogar nur noch auf dem Zweitmarkt (für einen höheren Preis) zur Verfügung stehen.

Die Möglichkeit eines Austauschs der Tickets zwischen Privaten soll also weiter zulässig sein. Dies ergibt sich explizit aus dem Gesetz. Ist der gewerbliche Ticketzweithandel ausgeschlossen, lässt die Neuregelung die Möglichkeit einer „Weiterveräußerung der Tickets“<sup>105</sup> seitens des Inhabers offen, soweit dieser gelegentlich und nicht zu gewerblichen Zwecken die eigene Forderung übertragen will (Abs. 545) (z.B. weil er nicht mehr zur Veranstaltung gehen kann oder will) und die Weiterveräußerung nicht vertraglich wirksam ausgeschlossen ist.<sup>106</sup>

Eine solche Ausnahme ist allerdings nur für diejenigen Fälle vorgesehen, in denen der Karteninhaber eine natürliche Person (und damit Verbraucher) ist. Beim „Weiterverkauf der Tickets“ muß diese Person die oben beschriebenen Vorschriften über die Abtretung der Legitimationsurkunden bzw. der uneigentlichen Wertpapiere einhalten. Daher muß sie, falls es sich um Tickets handelt, die als Legitimationsurkunden bezeichnet werden können, die Abtretung dem Veranstalter (bzw. dem beauftragten Tickethändler) anzeigen.<sup>107</sup>

#### bb) Der Kartenverkauf seitens der dazu beauftragten Tickethändler

Außerhalb des oben erwähnten Falles, soll also nach dem neuen Gesetz nur der „Kartenverkauf“ bzw. der Kartenvertrieb nur auf dem sog. Primärmarkt zulässig sein, und zwar nur seitens derjenigen Subjekte, die Inhaber der Systeme zur Erstellung von Tickets sind (s. Art. 1 Abs. 545), d.h. seitens der Veranstalter bzw. der von diesen beauftragten Tickethändler.<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> Wieder wird die Karte als direkter Gegenstand des Kaufs bzw. des Verfügungsvertrages betrachtet.

<sup>106</sup> S. oben für die Wirkungen eines solchen Ausschlusses.

<sup>107</sup> Vgl. die AGB auf der Internetseite des Tickethändlers TicketOne.

<sup>108</sup> Quattrone/Roccano, Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia.

c) Kritik an Neuregelung und die vorgeschlagenen Alternativen zur Regulierung des Weiterverkaufs der Eintrittskarten

Man könnte sich fragen, ob die vom neuen Gesetz geschaffte Lösung eigentlich dazu geeignet ist, um die mit dem Ticketzweithandel verbundenen Probleme zu lösen.

Es wurde zum Teil auch die Ansicht vertreten, dass das Verbot der Weiterveräußerung, wenn auch für einen höheren Preis, nicht gerechtfertigt bzw. empfehlenswert sei,<sup>109</sup> insbesondere dann nicht, wenn der Ticketzweithändler nicht einfach „die Karten“ für einen höheren Preis „weiterverkauft“, sondern den Kunden auch zusätzliche Leistungen anbietet.<sup>110</sup> Ein Verbot vermeide auch nicht das Problem des „Weiterverkaufs der Karten“ seitens der nicht dazu beauftragten Verkäufer. Dagegen könne es zur Entwicklung eines Schwarzmarkts führen.<sup>111</sup>

Daher wurde ausgeführt, es sei sinnvoller (gewesen), den Weiterverkauf grundsätzlich zu erlauben und gleichzeitig den Zweitmarkt in bestimmten Grenzen zu regulieren,<sup>112</sup> z.B. durch die Erstellung und Erteilung spezifischer Lizenzen für die Tickethändler; oder durch die Bestimmung einer maximalen Zahl von Karten, die am Primärmarkt von jedem einzelnen Käufer gekauft werden dürfen sowie einer maximalen Preiserhöhung.

Eine Alternative zu einem absoluten Verbot sei auch die Bestimmung spezifischer Informationspflichten, um den Verbrauchern eine bewusste Entscheidung zu ermöglichen. Den Käufern solle insbesondere klar sein, ob sie sich auf dem Primär- oder auf dem Sekundärmarkt befinden. Es sei ferner vorstellbar, innerhalb einer bestimmten Frist den Kauf von Karten nur auf dem Primärmarkt zu erlauben; sowie eine Rückverfolgbarkeit der Karten zu entwickeln und gewähren. Auch die Schaffung von Aufsichtsbehörden und die Anordnung der Nutzung von Schutzmechanismen gegen Bots wie Captcha<sup>113</sup> sei eine mögliche Lösung, um den massenhaften Kauf bzw. Verkauf von Karten auf dem Primärmarkt zu vermeiden.<sup>114</sup> Ferner könnten (mit demselben Ziel) Regeln geschaffen werden, die für den Ausweis der Berechtigten die Vorlage von der für die Preiszahlung benutzten Zahlungskarte verlangten. Die Anordnung der

---

<sup>109</sup> Quattrone/Rocciano, Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia.

<sup>110</sup> So auch Avv. Dona von Unione Nazionale Consumatori während der Anhörungen der „Commissione Cultura“ (s. den bereits zitierten Bericht, S. 64).

<sup>111</sup> So Alasdair McGowan von e-Bay, nach dem Ticketzweithandel sogar empfehlenswert sei und insbesondere dann nützlich, wenn z.B. die Erstattung des Tickets auf dem Primärmarkt nicht vorgesehen ist (s. dazu den Bericht der „Commissione Cultura“, S. 65).

<sup>112</sup> Vgl. Avv. Dona von Unione Nazionale Consumatori (Bericht der „Commissione Cultura“, S. 64). Gegen ein strenges Verbot auch Maurizio Salvadori, President von TridentMusic (S. 65 des Berichts).

<sup>113</sup> D.h. „Completely Automated Public Turing test to tell computers and Humans apart“.

<sup>114</sup> S. Anhörung von BarleysArt, im Bericht der „Commissione Cultura“ zusammengefasst (S. 64).

Erstellung von namentlich gekennzeichneten Tickets stelle letztendlich auch eine mögliche Lösung dar.<sup>115</sup>

## VI. Lauterkeitsrechtliche Fragen

### 1. *Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der professionellen Tickethändler: Ein gelöstes Problem?*

Auch das italienische Kartellamt hat sich in früheren Entscheidungen nicht radikal gegen den Ticketzweithandel ausgesprochen, sondern nur bestimmte Handlungen der Tickethändler als unlauter (gem. Artt. 18 ff. Cod. Cons. – Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG – UGP-RL) eingestuft, die z.B. Verbrauchern (bzw. Kunden<sup>116</sup>) keine ausreichenden Informationen gegeben haben, um eine informierte Geschäftsentscheidung zu ermöglichen, oder die Verbrauchern keine bzw. irreführende Informationen über die eigene Tätigkeit, den Wert der Tickets, die noch verfügbaren Sitzplätze, den Preis der Leistung und die zusätzlichen Kosten mitgeteilt haben.<sup>117</sup> Nach dem neuen Gesetz ist der Ticketzweithandel allerdings verboten, so dass – unabhängig von den Erscheinungsformen der Handlung – der professionelle Weiterverkauf der Tickets auf dem Zweitmarkt stets unzulässig ist.

### 2. *Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der beauftragten Tickethändler*

#### a) Vermeidung einer informierten Entscheidung des Verbrauchers

Wie gesagt, ist dagegen der Ticketvertrieb seitens der dazu beauftragten Tickethändler (welche Inhaber von Systemen für die Ticketerstellung sind) nach

---

<sup>115</sup> So der Vorschlag der Commissione Cultura, S. 70 des Berichts. Dagegen aber Vincenzo Spera, Präsident von Assiomusica, S. 66 des Berichts. Für die Regulierungsvorschläge, s. auch Quattrone/Rocciano, Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia.

<sup>116</sup> Die in Artt. 18 ff. Codice del Consumo enthaltenen Vorschriften über die unlauteren Geschäftspraktiken fanden ursprünglich nur in den B2C-Beziehungen Anwendung. Durch den D.L. Nr. 1/2012, umgewandelt in L. Nr. 27/2012, wurde aber der Anwendungsbereich der genannten Vorschriften auch auf die Beziehungen zwischen den Unternehmen und den sog. „microimprese“ oder „Mikrounternehmen“ (sog. B2b Beziehungen) erstreckt.

<sup>117</sup> AGCM, 5.4.2017, Nr. 26535 (PS10610) Viagogo-Mercato secondario. Im konkreten Fall hat sich der Ticketzweithändler (die Plattform Viagogo) als offizieller Verkäufer vorgestellt. Zusätzlich hat er die Zahl der ausgebliebenen Plätze immer als gering angezeigt, um die Käufer dazu zu überzeugen, die Karten zu kaufen. Auch der genaue Preis der Tickets war nicht von Anfang an klar gegeben. Daher hat das Kartellamt – wegen der Verletzung der Artt. 20, 21 Abs. 1, lit. b, 22 Cod. Cons. (vgl. Artt. 5, 6 Abs. 1 lit. b, 7 UGP-RL), den Zweithändler zu 300.000 € Geldbuße verurteilt. Vgl. AGCM, 21.10.2015, Nr. 25688 (PS9960) RAI-Ariston/Mywayticket.it.

dem neuen Gesetz zulässig. Dies schließt es allerdings nicht aus, dass die konkreten Handlungsmodalitäten solcher Subjekte unlauter sein können. Diesbezüglich bleiben die Aussagen des AGCM besonders aktuell.

Das italienische Kartellamt hat insbesondere die Handlung des Ticketvertreibers TicketOne als unlauter bezeichnet, der nicht von Anfang an ausreichende Informationen über alle Komponenten des Preises gegeben hat.<sup>118</sup> Im betroffenen Fall hatte TicketOne als beauftragter Tickethändler erst dann den Gesamtpreis angegeben, wenn der Verbraucher bzw. der Kunde die datenschutzrechtliche Einwilligung abgegeben hatte und so – zum Teil – die eigene Leistung schon erbracht hat. Diesbezüglich wurde auch der Hinweis als nicht ausreichend angesehen, nach dem dem angegebenen Preis weitere Komponenten hinzufügen sind, da der Verbraucher bzw. der Kunde im konkreten Fall trotzdem keine Möglichkeit hatte, den Gesamtpreis zu ermitteln und so das Angebot mit anderen ähnlichen Angeboten zu vergleichen. Dies hat nach Auffassung der AGCM eine informierte Entscheidung des Käufers verhindert.

Ferner hat der Verkäufer die Kunden nicht über die Höhe des Preises im Vorverkauf informiert.<sup>119</sup> Die fehlende Informationen haben es dem Kunden auch verwehrt, die genaue Summe zu ermitteln, die ihm im Fall des Ausfalls der Veranstaltung erstattet werden sollte (aus der Erstattung waren nämlich einige Komponenten des Preises ausgeschlossen) und so eine informierte Entscheidung über die Vernünftigkeit des Kaufs der Karte im Vorverkauf zu treffen.

Unlauter ist darüber hinaus nach Auffassung der AGCM auch die Unterlassung genügender Informationen über die Modalitäten der Erstattung des Ticketpreises sowie über die Gefahr, dass die Nichteinhaltung der bestimmten Bedingungen zum Verfall der Rechte aus dem Ticket führt. Das Fehlen genügender Informationen verhindere, dass der Verbraucher (bzw. der Kunde) eine informierte Entscheidung treffe.<sup>120</sup>

Zudem sei die Handlung des Verkäufers unlauter, der irreführende Informationen über die Verfügbarkeit der Karten gibt.<sup>121</sup> So sei es beispielweise, wenn der Verkäufer auf seiner Internetseite bloß die Information gebe, dass „die Karten nicht mehr online verfügbar“ sind. Auf diese Weise wecke er nämlich den Eindruck, dass die Tickets trotzdem noch verfügbar wären, z.B. durch die Kontaktierung des – vom Verbraucher/Kunden zu bezahlenden – Call-Centers.

Unlauter sei ferner das Verhalten der Verkäufers auch dann, wenn er Informationen über die Kosten des Call-Center-Anrufs unterlasse<sup>122</sup>, insbesondere

---

<sup>118</sup> AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915 (PS3049) Prezzi Spettacoli musicali-Diritto di Prevendita.

<sup>119</sup> AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915.

<sup>120</sup> So AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915.

<sup>121</sup> S. z.B. AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915.

<sup>122</sup> S. wieder AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915.

wenn er den Anrufenden nicht über den genauen Zeitpunkt informiere, ab dem die Gebührenerhebung beginnt.<sup>123</sup>

In allen aufgezählten Fällen liegt nach Auffassung des AGCM ein Verstoß gegen die Artt. 20, 21 Abs. 1, lit. b) und d), 22 Cod. Cons. vor.<sup>124</sup>

b) Fehlende Maßnahmen gegen den massenhaften Kauf von Tickets

Das Kartellamt hat in einem früheren Fall auch das Verhalten des Tickethändlers TicketOne als unlauter bezeichnet, weil dieser keine Maßnahmen ergriffen hat, um den massenhaften Kauf der Karten durch automatisierte Programme (sog. „Bots“) zu verhindern.<sup>125</sup> Insbesondere hat der Tickethändler im konkreten Fall kein „Captcha Codex“, sondern nur die sog. „WAF126“ benutzt, die aber für nicht ausreichend gehalten wurden.<sup>127</sup> Die Handlung stellte daher nach Auffassung des AGCM eine unlautere Geschäftspraktik gem. Art. 20 Abs. 2 Cod. Cons. dar.<sup>128</sup>

### 3. Die lauterkeitsrechtlichen Handlungen der Plattformbetreiber

Wie bereits dargelegt, kann der einzelne Karteninhaber, auch nach dem neuen Gesetz (und unter den oben erwähnten Voraussetzungen) seine Forderung an einen Dritten abtreten. Dazu kann er u.a. von den dazu bestimmten Plattformen Gebrauch machen. Diese sind auch nach dem neuen Gesetz grundsätzlich zulässig, soweit die Plattformbetreiber bloß als Intermediär zwischen dem Verkäufer und dem Käufer handeln bzw. nur als „Hosting Provider“ tätig sind.

Anders ist es, wenn sie sich zwar als Plattformbetreiber gerieren, eigentlich aber als professionelle Ticketzweithändler handeln, z.B. so dass sie eine hohe Zahl von aus dem Primärmarkt umgeleiteten Karten für einen höheren Preis professionell auf dem Zweitmarkt weiter anbieten, oder direkt von den

<sup>123</sup> Im konkreten Fall entstanden Kosten schon während der Wartezeit, d.h. vor dem Gespräch mit einem Angestellten.

<sup>124</sup> AGCM, 26.10.2011, Nr. 22915, wo der Verkäufer zu einer Verwaltungsstrafe von 50.000 € verurteilt wurde.

<sup>125</sup> Und auch keine *ex post* Kontrolle vorgenommen hat.

<sup>126</sup> „Web Application Firewall“.

<sup>127</sup> S. die AGB des Tickethändlers TicketOne, wo der Tickethändler sich vorbehält, die Angebote zu verweigern bzw. sie nicht anzunehmen oder zu löschen, wenn es sich um Angebote von Kunden handelt, die keine richtigen bzw. nicht ausreichende Daten über ihre Identität erbringt haben oder wenn die Kunden unwirksame Unterlagen geliefert haben (s. Art. 4.2. AGB). Dies gilt auch für den Fall, in dem der Kunde sich mehrmals registriert hat und die verschiedenen Accounts für den „Ticketkauf“ benutzt. In solchen Fällen vorbehält sich TicketOne zusätzlich die Möglichkeit die verschiedenen Accounts zu löschen (s. Art. 5.2.).

<sup>128</sup> S. AGCM, 5.4.2017, Nr. 26534, nach dem TicketOne zu 1 Million € Geldbuße verurteilt worden ist.

professionellen Tickethändlern bzw. von den Veranstaltern für die Weiterveräußerung benutzt werden.<sup>129</sup>

Auch der Plattformbetreiber, der als schlichter Intermediär handelt, darf keine unlauteren Handlungen vornehmen. So hat das italienische Kartellamt entschieden. Das AGCM hat insbesondere die Handlung eines Plattformbetreibers als unlauter beschrieben, der auf seiner Internetseite den Austausch der Tickets zwischen den registrierten Nutzern ermöglichte,<sup>130</sup> der aber den Käufern irreführende bzw. nicht genügende Informationen über die Verfügbarkeit der Karten und den Endpreis derselben gegeben hat. Insbesondere hat der Plattformbetreiber die Verbraucher weder von Anfang an über die fehlende Übersicht über die Verfügbarkeit der Karten seitens der Verkäufer informiert, noch hat er sie von Anfang an über den Gesamtpreis (zuzüglich der akzessorischen Mehrkosten, welche z.B. die Kommissions- und die Versandkosten sind) informiert. Das Fehlen genügender Informationen bzw. die irreführenden Informationen erschienen dem Kartellamt als geeignet, die ökonomische Handlung des Verbrauchers zu beeinflussen und die Möglichkeit einer informierten Entscheidung desselben stark zu beeinträchtigen. Sie wurden darüber hinaus als nicht mit der beruflichen Sorgfalt vereinbar beschrieben, die im konkreten Fall vom Plattformbetreiber verlangt werden konnte.<sup>131</sup>

Unlängst hat das Kartellamt auch die Handlung von drei Plattformbetreibern als unlauter bezeichnet, die keine bzw. nicht ausreichende Informationen über ihre Natur und Rechte, den Inhalt der eigenen Verpflichtung, die Rechte der Verbraucher und ihre Ausübung sowie die Vernünftigkeit des Abschlusses des Vertrages angegeben haben.<sup>132</sup>

---

<sup>129</sup> Trib. Roma, 1.12.2016; Id., 30.11.2016. S. oben für die durch die genannte Handlung verletzten Interessen des Künstlers, der Verbraucher und des Fiskus. Vgl. Trib. Roma, 9.6.2017.

<sup>130</sup> Im betroffenen Fall sollte nach den AGB des Plattformbetreibers der Preis zuerst einmal diesem bezahlt und nur nach 10-15 Tagen nach der Veranstaltung dem Verkäufer überwiesen werden, unter dem Vorbehalt, dass der Ticket dem Käufer zugestellt worden ist.

<sup>131</sup> Das Verhalten wurde im konkreten Fall durch eine Verwaltungsstrafe sanktioniert (Geldbuße in Höhe von 5.000 €). Das Kartellamt hat ferner die Fortsetzung bzw. Wiederholung der Handlung verbietet und eine weitere Geldbuße für den Fall der Nichteinhaltung der vorgenommenen Bestimmungen vorgesehen. Für den Fall der wiederholten Verletzung wurde auch die Möglichkeit vorgesehen, die Aussetzung der Tätigkeit für eine bestimmte Zeit – nicht länger als 30 Tage – zu verhängen. S. AGCM, 21.10.2015, Nr. 25688.

<sup>132</sup> AGCM, 5.4.2017, Nr. 26536 (PS10611) Ticketbis/Mercato secondario, Nr. 26537 (PS10612) MyWayTicket/Mercato secondario, Nr. 26538 (PS10613) Seatwave/Mercato secondario, in denen die betroffenen Plattformbetreiber zu Geldbuße von 210.000, 20.000, respektive 180.000 € verurteilt worden sind.

## VII. Fazit

Ist also – nach den allgemeinen Vorschriften, die auf die Tickets (auf der Grundlage ihrer rechtlichen Einordnung) Anwendung finden – eine Übertragung des Rechts auf die Teilnahme an einer Veranstaltung nach dem italienischen Recht grundsätzlich zulässig, unterliegt sie aber gleichzeitig auch einigen Beschränkungen. Es besteht z.B. die Möglichkeit, die Weiterveräußerung vertraglich (z.T. auch mit Wirkung gegenüber dem Zessionar: s. Art. 1264 Cc) auszuschließen, wobei aber die entsprechende Bestimmung nur dann wirksam ist, wenn sie entweder im Einzelnen schriftlich angenommen wurde (Art. 1341 Cc) bzw. ausgehandelt worden ist (Art. 33 Cod. Cons.). Die Weiterveräußerung kann ferner auch gesetzlich verboten sein. Diesbezüglich spielt heute insbesondere das gesetzlich vorgesehene Verbot des professionellen „(Weiter)verkaufs der Karten“ seitens der nicht dazu beauftragten Tickethändler eine Rolle. Das politische Ziel des Gesetzgebers war es, den Zweitmarkt erheblich zu begrenzen. Ob ihm dies gelungen ist bzw., ob die politische Entscheidung angemessen/sinnvoll ist, bleibt allerdings umstritten.<sup>133</sup>

---

<sup>133</sup> S. insbesondere die Ergebnisse der Anhörungen, im Bericht der „Commissione Cultura della Camera die Deputati“ zusammengefasst. Vgl., für kritische Überlegungen und Alternativvorschläge, Quattrone/Rocciano, Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia.



---

## E. Ticketzweithandel in den Niederlanden

Christina Breunig

### I. Wirkungen des Tickets

Die Wirkungen des Tickets bestimmen sich nach dem zugrunde liegenden schuldrechtlichen Vertrag zwischen Veranstalter und Tickethändler.<sup>1</sup> Je nach vertraglicher Ausgestaltung erhält der Tickethändler aus diesem Vertragsverhältnis eine *vordering op naam*<sup>2</sup> oder eine *toondervordering*<sup>3</sup>. Im ersten Fall dient die Eintrittskarte lediglich als Beweismittel, im zweiten Fall verkörpert sie das Recht, die Dienstleistung zu verlangen.

➤ **Beweisfunktion**

Als *vordering op naam* wird jeder Anspruch, welcher nicht in einem Wertpapier verkörpert ist, bezeichnet. Dies können beispielsweise Ansprüche aus einem Kaufvertrag sein.<sup>4</sup> Häufig wird ein Schriftstück ausgestellt, welches den Anspruch festhält. Dieses Schriftstück, in diesem Fall das Ticket, soll jedoch lediglich als Beweismittel für den Abschluss des Vertrages gelten.<sup>5</sup>

➤ **Verkörperung eines Rechts**

Nur wenn der Vertragsgegenstand eine *toondervordering* ist, kommt dem Ticket eine über Beweis Zwecke hinausgehende juristische Funktion zu. Bei einer *toondervordering* einigen sich die Vertragsparteien darauf, dass der Forderungsschuldner seiner Pflicht nicht gegenüber dem Gläubiger oder dessen Rechtsnachfolger(n) nachkommen wird, sondern gegenüber demjenigen, welcher ein vom Schuldner ausgestelltes Schriftstück innehat. Der Anspruch wird also materialisiert und in einem Papier, hier der Eintrittskarte, verkörpert.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> S. näher zum Inhalt des Vertrages die Ausführungen unten: II.1. Veranstalter – Tickethändler, S. 7.

<sup>2</sup> Der Ausdruck *vordering op naam* weckt auf den ersten Blick den Eindruck, die Forderung stünde in Zusammenhang mit einem Namen (Übersetzung von „naam“, z.B. dem Namen des Käufers. Das ist jedoch nicht der Fall. Die *vordering op naam* kann aus deutscher Perspektive wohl eher mit einem Anspruch verglichen werden.

<sup>3</sup> Die *toondervordering* ist das entsprechende Rechtsinstitut für das Recht, das in einem Inhaberpapier verbrieft ist.

<sup>4</sup> Asser/Bartels & van Mierlo 3-IV 2013/324.

<sup>5</sup> Asser/Bartels & van Mierlo 3-IV 2013/324.

<sup>6</sup> Zwitser, GS Vermögensrecht, art. 3:93 BW aant. 5.

Die Tatsache, dass eine Eintrittskarte ausgegeben wird, spricht nicht automatisch dafür, dass der Vertragsinhalt dahingehend auszulegen ist, dass eine *toondervordering* vorliegt. Nur bei einer dahingehenden Vereinbarung der Parteien verkörpert die Eintrittskarte das Recht auf Leistung. Tatsächlich dient die Eintrittskarte in den meisten Fällen nur dem Beweis, dass ihr Inhaber das Recht auf die vertraglich versprochene Leistung hat.<sup>7</sup>

### 1. Übertragbarkeit

Bei der Übertragbarkeit des Anspruchs auf Leistung muss differenziert werden, ob die Eintrittskarte aus juristischer Sicht überhaupt eine über Beweiszwecke hinausgehende Bedeutung hat. Eine solche Bedeutung kommt ihr nur zu, wenn sie ein *toonderpapier* ist, also ein Schriftstück, welches eine *toondervordering* verkörpert.<sup>8</sup> Jenes wird entsprechend der Vorschriften über bewegliche Sachen übertragen. Ist der Vertragsgegenstand hingegen eine *vordering op naam*, dient die Weitergabe bzw. Übertragung des Tickets lediglich Beweiszwecken. Entscheidend ist in diesem Fall die Übertragung der Forderung selbst. Dies geschieht im Wege der Abtretung.<sup>9</sup> Beide Fälle werden im Folgenden untersucht.

#### a) Übertragung des *toonderpapier*

Die Übertragung einer *vordering aan toonder* erfolgt wie die Übertragung beweglicher Gegenstände, Art. 3:93 *Burgerlijk Wetboek* (Bürgerliches Gesetzbuch), im Folgenden: BW. Befindet sich das *toonderpapier* zum Zeitpunkt der Übertragung im Machtbereich des Veräußerers, geschieht dies insbesondere durch Besitzverschaffung.<sup>10</sup>

#### b) Abtretung der *vordering op naam*

Eine *vordering op naam* wird im Wege der *cessie*, der Abtretung, übertragen. Eine Abtretung der *vordering op naam* ist grundsätzlich möglich, Art. 3:83 lid 1 BW. Derjenige, der die Forderung überträgt, hier der Tickethändler, wird als *cedent* bezeichnet, derjenige, an den sie übertragen werden soll, der Kunde, als *cessionaris*. Der Schuldner der Forderung, der Veranstalter, heißt *cessus*.<sup>11</sup>

Die Abtretung kann auf zwei Weisen erfolgen, welche beide in Art. 3:94 BW festgelegt sind.

---

<sup>7</sup> Van Boom, TvCH 2011 (5), p. 180.

<sup>8</sup> S. zur Abgrenzung von *toondervordering* und *vordering op naam* die Ausführungen oben: I. Wirkungen des Tickets, S. 3.

<sup>9</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/362.

<sup>10</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/362.

<sup>11</sup> Asser/Bartels & van Mierlo 3-IV 2013/324; van Es, GS Vermögensrecht, art. 3:94 BW aant. 1.3.

Bei der klassischen Variante, der „öffentlichen Abtretung“, ist für eine wirksame Übertragung erforderlich, dass der *cessus*, also der Veranstalter, über die Abtretung informiert wird, Art. 3:94 lid 1 BW. Außerdem muss eine Urkunde bestellt werden. Mit Urkunde ist ein unterzeichnetes Schriftstück gemeint, welches dem Beweis über die Abtretung dienen soll. Es reicht hierzu aus, wenn der *cedent* die Urkunde unterschreibt. Auf Seiten des *cessionaris* reicht eine formfreie Anerkennung der Abtretung. Möglich ist auch die Ausstellung einer Urkunde in elektronischer Form.<sup>12</sup>

Bei der „stillen Abtretung“ nach Art. 3:94 lid 3 BW entfällt das Erfordernis der Mitteilung an den *cessus*. Dafür sind die Anforderungen an die Beschaffenheit der Urkunde strenger: Es muss sich um eine öffentliche Urkunde oder eine registrierte Privaturkunde handeln.<sup>13</sup>

### 2. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?

Bei einer *vordering aan toonder* ist für die Übertragung des *toonderpapier* an einen Dritten, den Käufer, keine Mitwirkung des Veranstalters erforderlich.

Dasselbe gilt sowohl für die öffentliche als auch für die stille Abtretung der *vordering op naam*.

### 3. Anzeige an den Veranstalter erforderlich?

Bei einer *vordering aan toonder* ist für die Übertragung des *toonderpapier* keine Anzeige an den Veranstalter erforderlich.

Für die Wirksamkeit der Übertragung einer *vordering op naam* im Wege der öffentlichen Abtretung ist eine Mitteilung gegenüber dem Veranstalter Wirksamkeitserfordernis. Bis zur Vornahme der Mitteilung kann der *cessus* daher mit befreiender Wirkung an den *cedent* leisten. Erst im Moment der Mitteilung wird die Abtretung in dem Verhältnis *cedent* und *cessionaris* wirksam.

Die Mitteilung kann formfrei, Art. 3:37 lid 1 BW, und sowohl durch den *cedent* als auch den *cessionaris* erfolgen. Die Mitteilung kann unabhängig von dem Zeitpunkt der Ausstellung der Urkunde, also davor, danach oder gleichzeitig, erfolgen.<sup>14</sup>

Für die Wirksamkeit der Übertragung einer *vordering op naam* im Wege der stillen Abtretung ist keine Mitteilung an den Veranstalter erforderlich.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Van Es, GS Vermogensrecht, art. 3:94 BW aant. 2.2.1.

<sup>13</sup> Van Es, GS Vermogensrecht, art. 3:94 BW aant. 4 e.v.

<sup>14</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/334, 336, 337.

<sup>15</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/338.

#### 4. *Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung?*

Handelt es sich bei der Eintrittskarte um ein *toonderpapier*, so kommt diesem Legitimationswirkung zu. Der Inhaber des *toonderpapiers* gilt Dritten gegenüber als Berechtigter. Ein Dritter darf daher davon ausgehen, dass der Inhaber auch Berechtigter der Forderung ist.<sup>16</sup> Im Falle einer Veranstaltung könnte Dritter z.B. ein Türsteher sein.

Im Falle einer *vordering op naam* kommt der Eintrittskarte keine juristische Funktion zu, sondern sie dient aus praktischer Sicht Beweis Zwecken.<sup>17</sup> Aus nicht juristischer Sicht kann man daher wohl von einer praktischen Legitimationswirkung sprechen. Gleichwohl könnte der Veranstalter – sollte die Abtretung unwirksam weil beispielsweise vertraglich ausgeschlossen sein – dem Inhaber des Tickets den Zutritt verwehren. Hierzu müsste der Veranstalter beweisen, dass jener nicht sein Vertragspartner war. Das dürfte überwiegend wohl nicht gelingen.<sup>18</sup>

#### 5. *Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets?*

Ein *toonderpapier* muss für eine wirksame Übertragung nicht geändert werden.

Bei der Abtretung einer *voordering op naam* ist keine Änderung des Tickets, welchem in diesem Fall keine tiefere juristische Bedeutung zukommt, erforderlich.

## II. (Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte

Bevor auf die parallelen vertraglichen Pflichten und Rechte eingegangen wird, werden zunächst wesentliche einschlägige gesetzlichen Rahmenbedingungen des Ticketzweithandels vorgestellt. Solche sind die Vorschriften zum elektronischen Geschäftsverkehr, zu allgemeinen Geschäftsbedingungen und zu unlauteren Geschäftspraktiken.

➤ **Elektronischer Geschäftsverkehr**, Art. 3:15a BW

Wird die Eintrittskarte online verkauft, sind die Vorschriften zum elektronischen Geschäftsverkehr, Art. 3:15a BW zu beachten. Diese sehen insbesondere bestimmte Informationspflichten für denjenigen vor, welcher Produkte oder Dienste online anbietet. Beispielsweise müssen Preis und Versandkosten eindeutig angegeben werden.

➤ **Allgemeine Geschäftsbedingungen**, Art. 6:231 ff. BW

---

<sup>16</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/362.

<sup>17</sup> S. dazu die Ausführungen oben: I. Wirkungen des Tickets, S. 3.

<sup>18</sup> Van Boom, TvCH 2011 (5), p. 180.

Selbstverständlich sind auch die Vorschriften über allgemeine Geschäftsbedingungen, Art. 6:231 ff. BW anwendbar. Diese schützen den Verbraucher vor unangemessenen Geschäftsbedingungen. Solche lägen beispielsweise dann vor, wenn im Falle einer Absage der Veranstaltung nur der ursprüngliche und nicht der beim Weiterverkauf bezahlte Preis zurückbezahlt werden würde.

➤ **Unlautere Geschäftspraktiken, Wet OHP**

Eintrittskartenverkäufer müssen überdies das *Wet oneerlijke handelspraktijken* (Gesetz über unlautere Geschäftspraktiken), im Folgenden: Wet OHP, beachten. Das Wet OHP verbietet Anbietern von Sachen und Dienstleistungen, sich irreführender oder aggressiver Verkaufspraktiken zu bedienen. Sie dürfen keine irreführenden Informationen über die wichtigsten Eigenschaften des Produktes – wie Preis und Verfügbarkeit – sowie über sich selbst geben. Sollte ein Anbieter beispielsweise behaupten, dass eine Veranstaltung ausverkauft sei und dass nur er die letzten Karten habe, wäre dies, wenn dem in Wirklichkeit nicht so ist, wahrscheinlich als unlautere Geschäftspraktik einzustufen.<sup>19</sup>

Nachfolgend werden nun die parallelen vertraglichen Rechte und Pflichten zwischen Veranstalter, Tickethändler und Käufer dargestellt.

1. *Veranstalter – Tickethändler*

Zwischen dem Veranstalter und demjenigen, der eine Eintrittskarte direkt von dem Veranstalter „kauft“, hier der Tickethändler, wird kein Kauf-, sondern ein Dienstleistungsvertrag geschlossen. Der Tickethändler erhält das Recht auf eine *onstoffelijke* (immaterielle/ nicht stoffliche) Leistung, auf das Verrichten einer Dienstleistung. Bei diesem Recht handelt es sich grundsätzlich um eine *vordering op naam*. Eine *vordering op naam* ist ein relatives Recht des Erwerbenden gegenüber dem Vertragspartner und unterliegt den vertraglichen Regelungen und den gegebenenfalls in den Vertrag einbezogenen allgemeinen Geschäftsbedingungen.<sup>20</sup>

Bei Abschluss des Vertrages können sich die Vertragsparteien darauf einigen, dass nicht der Vertragspartner – oder im Falle einer Abtretung dessen Rechtsnachfolger – das Recht haben, die Dienstleistung zu fordern, sondern dass dieses Recht dem Berechtigten eines durch den Schuldner ausgestellten Schriftstücks zusteht. Es handelt sich dann nicht um eine *vordering op naam*,

---

<sup>19</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 7, p. 3.

<sup>20</sup> *Van Boom*, TvCH 2011 (5), p. 179-180.

sondern um eine *toondervordering*. Das Recht auf die Dienstleistung wird hierbei in dem Papier verkörpert.<sup>21</sup>

### 2. *Tickethändler – Kunde*

Die Übertragung der *vordering op naam/ aan toonder* an den Kunden findet im Rahmen eines Kaufvertrages statt, dem Kauf der *vordering op naam/ aan toonder*. Aus diesem Kaufvertrag erhält der Kunde je nach Charakter der Forderung einen Anspruch auf Abtretung der *vordering op naam* oder auf Übertragung des *toonderstuk*. Aus dem Kaufvertrag erwächst für den Tickethändler beispielsweise eine Pflicht zur Mangelfreiheit: Der Kunde darf erwarten, dass die (symbolische) Eintrittskarte diejenigen Eigenschaften hat, die er erwarten durfte. Hierunter fällt beispielsweise die Echtheit der Karte.<sup>22</sup>

### 3. *Veranstalter – Kunde*

Es besteht keine vertragliche Beziehung zwischen dem Veranstalter und dem Kunden, sodass sich keine vertraglichen Rechte und Pflichten ergeben können.

## III. Vertragliche Gestaltungen

### 1. *Einschränkungen der Übertragbarkeit*

Eine *vordering op naam* ist grundsätzlich übertragbar, Art. 3:83 lid 1 BW. Die Übertragung erfolgt im Wege der Abtretung, *cessie*.<sup>23</sup> Die Übertragbarkeit ist ausgeschlossen, wenn sich das aus der Art der Leistung oder einer vertraglichen Unübertragbarkeitsklausel ergibt, Art. 3:83 lid 1 und 2 BW. Ein vertraglicher Ausschluss hat grundsätzlich sachenrechtliche Wirkung, sodass eine Abtretung entgegen eines solchen Verbots unwirksam ist.<sup>24</sup>

Gibt der Veranstalter trotz eines vertraglichen Ausschlusses der Übertragbarkeit eine anonyme Eintrittskarte aus, so ändert dies nichts an der vertraglichen Gestaltung: Durch Ausgabe einer anonymen Karte bleibt das Recht, welches sich aus dem schuldrechtlichen Vertrag ergibt, unübertragbar. Dies führt zu einer widersprüchlichen Situation. Der Veranstalter kann die Abtretung der

---

21 *Zwitser*, GS Vermögensrecht, art. 3:93 aant. 5; siehe zu der Abgrenzung von *vordering op naam* und *toondervordering* auch die Ausführungen oben: I. Wirkungen des Tickets, S. 3.

22 *Van Boom*, TvCH 2011 (5), p. 180.

23 S. die Ausführungen zur *cessie* oben: I.1.b) Abtretung der *vordering op naam*, S. 4.

24 *Van Es*, GS Vermögensrecht, art. 3:94 BW, aant. 1.9.

*vordering op naam* wirksam ausschließen und gleichzeitig eine dazugehörige Eintrittskarte ausgegeben, welche keinen Namen ausweist.<sup>25</sup>

Der Weiterverkauf und die Übergabe der Eintrittskarte durch den Zwischenhändler an einen Kunden bewirken in einem solchen Fall nicht, dass die *vordering op naam* auch tatsächlich auf diesen Kunden übergeht. Der Veranstalter könnte im Prinzip – wenn er beweisen kann, dass derjenige, welcher die Eintrittskarte vorzeigt nicht sein direkter Vertragspartner ist – dem Kunden den Zutritt verwehren. Das ist auch dann möglich, wenn der Kunde nichts von der Unübertragbarkeit weiß. In einer solchen Konstellation könnte sich der Kunde aber wohl auf Art. 3:36 BW berufen: Stellt der Veranstalter anonyme Eintrittskarten aus, welche nicht auf die Unübertragbarkeit derselben hinweisen, weckt er gegebenenfalls das berechtigte Vertrauen des Kunden, dass die Karte sehr wohl übertragbar sei. Dann kann der Veranstalter dem Kunden die Leistung nicht vorenthalten und ihm folglich den Zutritt zu der Veranstaltung nicht verwehren.<sup>26</sup>

## 2. Neuausstellung von Tickets

Die *vordering aan toonder* ist in dem *toonderpapier* verkörpert. Nichtsdestotrotz bleibt der Anspruch bei einem Verlust desselben bestehen. Es ist dann Aufgabe des Gläubigers, das Bestehen des Anspruchs beweisen zu können.<sup>27</sup>

Bei einer *vordering op naam* kommt der Eintrittskarte keine über Beweis Zwecke hinausgehende Bedeutung zu. Es gibt daher auch keine einschlägigen Regelungen bezüglich einer Neuausstellung.

## IV. Technische Gestaltungen

Die zur Abtretung einer *vordering op naam* erforderliche Urkunde kann auch in elektronischer Form ausgestellt werden, Art. 156a RV (Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering). Möglich ist dabei auch eine elektronische Unterschrift gem. Art. 3:15a BW.<sup>28</sup>

Während Urkunden auch in elektronischer Form ausgestellt werden können, wird allgemein davon ausgegangen, dass die Ausstellung eines *toonderpapier* noch nicht elektronisch möglich ist. Nicht zuletzt ist dies wohl auch der Tatsache geschuldet, dass für die Übertragung des *toonderpapier* die Regelungen über die Übertragung von beweglichen Sachen gelten und es somit Legitimationswirkung

---

<sup>25</sup> Van Boom, TvCH 2011 (5), p. 180.

<sup>26</sup> Van Boom, TvCH 2011 (5), p. 180.

<sup>27</sup> Asser/Bartels & Van Mierlo 3-IV 2013/362.

<sup>28</sup> Van Es, GS Vermögensrecht, art. 3:94 BW aant. 2.2.1.

entfaltet und dem Vertrauensschutz unterliegt. Es ist jedoch zu erwarten, dass eine entsprechende Regelung in Zukunft eingeführt werden wird.

Auch ohne gesetzliche Regelungen können die Parteien schon jetzt elektronische Dokumente als eine Art *toonderpapier* einsetzen und das gleiche Resultat erreichen. Hierfür muss der Schuldner der Forderung im Wege einer Drittbegünstigungsklausel oder eines öffentlichen Angebots zusichern, dass er der Forderung gegenüber dem Inhaber eben jenes elektronischen Dokuments nachkommen wird.<sup>29</sup>

## V. Spezifische Regelungen: Gesetzentwurf zum Weiterverkauf von Eintrittskarten

Der Weiterverkauf von Eintrittskarten ist in den Niederlanden nicht spezifisch reguliert. Kürzlich wurde über einen Gesetzgebungsvorschlag zur Regulierung des Ticketzweithandels *Wetsvoorstel doorverkoop toegangskarten*<sup>30</sup> (Gesetzentwurf zum Weiterverkauf von Eintrittskarten) beraten. Jener wurde am 24. Oktober 2017 nach jahrelangen Verhandlungen verworfen.<sup>31</sup> Ziel des Entwurfes war die Eindämmung des organisierten und professionalisierten Ticketzweithandels. Hintergrund dieser Intention war die Entwicklung des Ticketzweithandels in den letzten Jahren: Mithilfe des Internets würden die Eintrittskarten bei Verkaufsstart massenweise ein- und auf allgemein zugänglichen Verkaufsseiten zu einem beträchtlich höheren Preis weiterverkauft. Hierdurch sei die Teilnahme an Sport- und Kulturveranstaltungen für die breite Öffentlichkeit gefährdet. Menschen mit geringem Einkommen könnten sich den Erwerb überteuerter Eintrittskarten nicht leisten.<sup>32</sup>

### 1. Entwicklung und aktueller Stand des Entwurfes

Die Gesetzesinitiative erfolgte bereits vor fast zehn Jahren. Die Abgeordneten *Gerken* und *Van Vroonhoven-Kok* brachten den Entwurf<sup>33</sup> am 21. Mai 2008 bei der zweiten Kammer des niederländischen Parlaments ein. Nach Beratungen und einer Stellungnahme des *Raad van State* wurde ein leicht veränderter Entwurf<sup>34</sup> am

---

<sup>29</sup> *Zwitser*, GS Vermögensrecht, art. 3:93 BW aant. 7.

<sup>30</sup> Wetsvoorstel 31461 „Voorstel van wet van het lid Gerken houdende wijziging van Boek 7 van het Burgerlijk Wetboek en de Wet handhaving consumentenbescherming in verband met de invoering van voorschriften betreffende de doorverkoop van toegangskarten voor een tevoren georganiseerde publieke gebeurtenis op het terrein van sport of cultuur (*doorverkoop toegangskarten*)“, Kamerstukken II 2007-08, 31461, nr. 2.

<sup>31</sup> Eerste Kamer, Eerste Kamer verwerpt initiatiefvoorstel aanpak doorverkoop toegangskarten.

<sup>32</sup> *Kamerstukken II* 2007-08, 31 461, nr. 3, p. 1.

<sup>33</sup> *Kamerstukken II* 2007-08, 31 461, nr. 2.

<sup>34</sup> *Kamerstukken I* 2009-10, 31 461, A.

06. April 2010 in der zweiten Kammer angenommen. Dieser wurde sodann der ersten Kammer zur Behandlung übergeben. Sie behandelte den Entwurf in den ständigen Ausschüssen für Sicherheit und Justiz und für Wirtschaft. Aufgrund von personellen Veränderungen im Parlament übernahmen 2012 die Abgeordneten der zweiten Kammer *van Dijk* und *van Toorenborg* die Verantwortung und Verteidigung des Entwurfes von den ursprünglichen Initiativnehmern. Sie beantworteten die Fragen der Ersten Kammer zu Beginn des Jahres 2015. Hierdurch wurde die Diskussion über den Vorschlag wieder ins Rollen gebracht. Nach weiteren Anmerkungen der Ausschüsse beriet die erste Kammer schließlich am 10. Oktober 2017 über den Entwurf. Die Abstimmung fand am 24. Oktober 2017 statt. Der Vorschlag wurde bei einer Zahl von 34 Befürwortern mit 41 Gegenstimmen abgelehnt.<sup>35</sup>

## 2. Anvisierte Gesetzesänderungen

Der Gesetzentwurf diente der Regulierung des Ticketzweithandels. Er zielte insbesondere darauf ab, professionellen Zweithändlern das Handwerk zu legen, welche Eintrittskarten in massivem Umfang ein- und mit horrendem Aufschlag weiterverkaufen. Der erste Entwurf sah hierzu sowohl die Einführung eines Artikels 7:4a BW, als auch Veränderungen des *Wet handhaving consumentenbescherming* (Gesetz zur Durchsetzung des Verbraucherschutzes), im Folgenden: Whc, vor.

Der neue Artikel 7:4a BW sollte in Buch 7 zum besonderen Schuldrecht, im Bereich der allgemeinen Bestimmungen zum Kauf, eingeführt werden. Er enthielt spezifische Regelungen zum Weiterverkauf von Eintrittskarten und Rechte des Käufers, falls diese nicht beachtet werden sollten. Durch eine entsprechende Anpassung des Whc sollte die *Consumentenautoriteit* (Verbraucherbehörde) als zuständige Aufsichtsbehörde berechtigt werden, die tatsächliche Einhaltung der materiellen Regelungen zu überwachen und – wo nötig – im Rahmen ihrer Befugnisse einzuschreiten.<sup>36</sup>

Die zweite Version des Gesetzentwurfes enthielt hingegen lediglich die Einführung eines neuen Artikel 7:4a in das BW; von einer entsprechenden Anpassung des Whc an die materielle Regelungen wurde abgesehen.<sup>37</sup> Die Durchsetzung der neuen in das BW einzuführenden Regelungen wäre demnach nicht wie ursprünglich angedacht durch die *Consumentenautoriteit* als

---

<sup>35</sup> Für eine Übersicht über den Gang des Gesetzgebungsverfahrens und die entsprechenden Dokumente s. Erste Kammer, Initiatiefvoorstel-Jasper van Dijk en Van Toorenborg Doorverkoop toegangskarten.

<sup>36</sup> *Kamerstukken II* 2007-08, 31 461, nr. 2.

<sup>37</sup> *Kamerstukken I* 2009-10, 31 461, A.

Aufsichtsbehörde erfolgt. Vielmehr hätten die Betroffenen ihre Rechte selbst durchsetzen müssen.<sup>38</sup>

Zur Unterscheidung zwischen den verschiedenen Fassungen des Art. 7:4a BW in den zwei Entwürfen wird die Fassung des Artikel 7:4a BW, wie sie sich in der ursprünglichen Gesetzesinitiative findet, als Art. 7:4a BW-alt bezeichnet; die neuere Fassung als Art. 7:4a BW-neu. Trifft eine Aussage auf beide Fassungen zu, wird wie bisher von Art. 7:4a BW gesprochen.

### 3. *Schutzbereich des Gesetzentwurfes*

Nachfolgend wird der Schutzbereich des Gesetzentwurfes untersucht. Hierzu wird auf das Verständnis der Eintrittskarte, des Zweithändlers und des Käufers eingegangen.

#### a) *Verständnis der Eintrittskarte*

Art. 7:4a lid 1 BW-neu spricht von einer Eintrittskarte für ein öffentliches Ereignis im Bereich des Sportes oder der Kultur in den Niederlanden: „*een toegangskaat voor een publieke gebeurtenis op het terrein van sport of cultuur in Nederland*“. Während Art. 7:4a lid 1 BW-alt zusätzlich noch das Merkmal eines im Voraus organisierten öffentlichen Ereignisses nennt, lässt sich diese zeitliche Komponente in dem überarbeiteten Entwurf nicht mehr finden. Dieser Änderung scheinen keine tatsächlichen Auswirkungen zuzukommen.

Mit der Formulierung Sport- oder Kulturveranstaltung wird ein Bezug zum *Mediawet* (Mediengesetz) hergestellt. Das *Mediawet* definiert den Begriff *evenement* (Veranstaltung) in Art. 1 lit. pp. als öffentliches Ereignis im Bereich des Sports oder der Kultur. Unter kulturellen Veranstaltungen sind dabei beispielsweise Musikfestivals, Popkonzerte und Theateraufführungen zu verstehen.<sup>39</sup>

Die Art. 7:4 a lid 1 BW nachfolgenden Absätze verweisen stets auf eine Eintrittskarte im Sinne des ersten Absatzes, sodass der Schutzbereich der Norm auf dementsprechende Tickets beschränkt ist.

#### b) *Beschränkung auf professionelle Zweithändler*

Der ursprüngliche Entwurf geht nicht näher auf die Person des Zweithändlers ein. Nur in Art. 7:4a lid 1 BW-alt wird der Adressat der Vorschrift als „*wederverkoper*“ (Weiterverkäufer) bezeichnet. Nach diesem Verständnis wäre jeder Weiterverkauf einer Eintrittskarte, auch durch Privatpersonen, den Regelungen unterworfen.

---

<sup>38</sup> S. zur Durchsetzung die Ausführungen unten: V.5. Überwachung und Durchsetzung. S. 15.

<sup>39</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 10.

Der neue Entwurf bezieht sich hingegen nur auf professionelle Zweithändler, die in Ausübung ihres Berufes handeln, *een verkoper die handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf*, Art. 7:4a lid 2 und 3 BW-neu. Verbraucher, die ihre Eintrittskarte weiterverkaufen wollen, fallen dementsprechend nicht unter den Anwendungsbereich der Regulierung. Zu erklären ist diese Einschränkung mit dem Ziel der Gesetzesinitiative, den organisierten Ticketzweithandel einzudämmen, welcher durch den massenhaften Aufkauf von Tickets und Weiterverkauf mit enormen Preisaufschlägen profitiere. Die vorgeschlagenen Regelungen sollten ferner nur das Verhältnis von Weiterverkäufer und Käufer, nicht jedoch auch jenes zwischen Erstverkäufer und Weiterverkäufer, betreffen.<sup>40</sup>

c) Hoher Verbraucherschutz

Art. 7:4a lid 4 BW-alt sieht eine ausnahmslose Unabdingbarkeit der Art. 7:4a lid 1-3 BW-alt vor. Art. 7:4a lid 5 BW-neu beschränkt die Unabdingbarkeit der Art. 7:4a lid 1-4 BW-neu auf Verbraucher. Ticketzweithändler müssen sich nach beiden Entwürfen gegenüber Verbrauchern zwingend an die Regelungen halten. Hierdurch wird ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleistet.

4. Der neue Artikel 7:4a BW

Im Folgenden werden die inhaltlichen Bestimmungen des Artikel 7:4a BW vorgestellt. Zunächst erfolgt ein Überblick über die zentralen Elemente der vorgeschlagenen Regelung. Hierbei werden auch Unterschiede zwischen den zwei Gesetzentwürfen aufgezeigt. Maßgebend für die folgende Struktur ist freilich die aktuellere Entwurfsversion. Die einzelnen Regelungen werden sodann einer genaueren Betrachtung zugeführt.

a) Überblick über die Regelungen

Art. 7:4a BW-neu besteht aus fünf Absätzen mit folgendem Inhalt:

➤ **Absatz 1 – Pflicht zur Preisaufschrift**

Eintrittskarten müssen den ursprünglichen Preis, zu welchem sie von dem ersten Verkäufer verkauft wurden, ausweisen, Art. 7:4a lid 1 BW-neu. Art. 7:4a BW-alt enthielt diese Verpflichtung noch nicht.

➤ **Absatz 2 – Regulierung Preisaufschlag**

Der Weiterverkauf von Eintrittskarten darf grundsätzlich zu einem höheren als dem ausgewiesenen Preis geschehen. Der Preisaufschlag darf jedoch, unmittelbare Aufwands- und Versandkosten eingeschlossen, weder unmittelbar noch mittelbar „*kennelijk onredelijk*“ (offensichtlich unangemessen) sein. Eine solche offensichtlich unangemessene

---

<sup>40</sup> *Kamerstukken II 2009-10, 31 461, nr. 16, p. 3.*

Preiserhöhung wird jedenfalls dann angenommen, wenn sie höher als zwanzig Prozent des auf der Karte ausgewiesenen Ausgangspreises ist, Art. 7:4a lid 2 BW-neu. Somit bestimmt dieser Absatz, dass Eintrittskarten mit einem angemessenen Preiszuschlag von höchstens zwanzig Prozent weiterverkauft werden dürfen.

Der erste Entwurf war bezüglich der Preiserhöhung durchaus strenger formuliert. Er sah vor, dass Eintrittskarten nicht für einen höheren als den ursprünglichen Kaufpreis angeboten oder verkauft werden dürfen. Der Händler durfte jedoch die direkten Aufwands- und Versandkosten berechnen, solange diese nicht mehr als zehn Prozent des Kaufpreises der Karte betragen, Art. 7:4a lid 1 BW-alt.

➤ **Absatz 3 – Preisdifferenzierung bei Kombinationsangeboten**

Wird die Eintrittskarte in Kombination mit einer anderen Sache oder einem anderen Dienst angeboten, so muss in dem Angebot zwischen dem Preis der Eintrittskarte und der anderen Sache oder des anderen Dienstes unterschieden werden, Art. 7:4a lid 3 BW-neu, Art. 7:4a lid 2 BW-alt.

➤ **Absatz 4 – Ungerechtfertigter Preiszuschlag ohne Rechtsgrund**

Wird eine Eintrittskarte unter Verstoß gegen die vorgestellten Absätze verkauft, gilt der ungerechtfertigte Preiszuschlag als ohne Rechtsgrund geleistet, Art. 7:4a lid 4 BW-neu, Art. 7:4a lid 3 BW-alt.

➤ **Absatz 5 – Unabdingbarkeit der Regelungen**

Sowohl Art. 7:4a lid 5 BW-neu als auch Art. 7:4a lid 4 BW-alt normieren die vorstehenden Absätze als unabdingbares Recht.

b) Die Regelungen im Einzelnen

Ausgewählte Regelungen der eben vorgestellten Veränderungen werden nun einer genaueren Untersuchung zugeführt.

aa) Art. 7:4a lid 2 BW-neu – Regulierung Preiszuschlag

Art. 7:4a lid 1 BW-alt sah ein generelles Verbot eines Preiszuschlages – ausgenommen der Verwaltungs- und Versandkosten – beim Weiterverkauf von Eintrittskarten vor. Die administrativen Kosten waren auf zehn Prozent begrenzt. Art. 7:4a lid 2 BW-neu führt die offene Formulierung *kennelijk onredelijk* (offensichtlich unangemessen) ein, welcher der Interpretation zugänglich ist und nach den jeweiligen Umständen des Einzelfalls ausgelegt werden muss. Hintergrund der Abkehr von einem strikten Verbot eines Preiszuschlages war der deutliche Ruf nach Platz für Selbstregulierungsmechanismen. Durch die offene Formulierung sollte der Branche eine letzte Chance eingeräumt werden, diesen Spielraum selbst mit Regelungen auszugestalten. So könnten differenzierende Regelungen getroffen werden. Beispielsweise könnte bei nur begrenzt verfügbaren Eintrittskarten wie

VIP-Karten ein höherer Aufschlag als bei gewöhnlichen Eintrittskarten gerechtfertigt sein. Als Ausgangspunkt gilt dabei, dass ein Aufschlag von mehr als zwanzig Prozent stets als *kennelijk onredelijk* zu werten ist. Unbeschadet dieser Grenze kann unter Umständen auch eine Erhöhung des Preises von nur zehn oder zwölf Prozent *kennelijk onredelijk* sein. Als Druckmittel, dass Selbstregulierungsmechanismen wie ein Verhaltenskodex tatsächlich auf den Weg gebracht werden, ermächtigt Art. 7:4a lid 2 BW-neu den Erlass von Rechtsvorschriften zur Regelung des Preisaufschlags.<sup>41</sup>

Das Wort *kennelijk* (offensichtlich) deutet nicht auf eine Beweislastumkehr hin. Es bleibt Sache des Verbrauchers zu zeigen, dass ein bestimmter Preisaufschlag offensichtlich unangemessen ist. Ein beachtenswerter Umstand kann hierbei sein, welche Anstrengungen der Zwischenhändler unternehmen musste, um die Eintrittskarten zu erwerben. Können Karten für den Auftritt eines international bekannten Artisten nur kurze Zeit an bestimmten Verkaufsstellen erworben werden, so muss der Zweithändler selbst eine größere Anstrengung unternehmen, um an Karten zu gelangen. In einem solchen Fall profitiert der Verbraucher von den Bemühungen des Zwischenhändlers, was einen höheren Preisaufschlag rechtfertigt. Können die Tickets ohne Aufwand im Internet bestellt werden, ist dies nicht der Fall.<sup>42</sup>

Die Preiserhöhung darf weder unmittelbar noch mittelbar offensichtlich unangemessen sein, Art. 7:4a lid 2 BW-neu. Die Einführung der Worte *noch direct* *noch indirect* (weder unmittelbar noch mittelbar) zielt auf Kombinationsangebote ab. Die Eintrittskarte darf somit auch nicht indirekt – durch eine überteuerte andere Sache oder einen anderen Dienst – mit unangemessen hohem Preisaufschlag weiterverkauft werden.<sup>43</sup>

bb) Art. 7:4a lid 4 BW-neu – ungerechtfertigter Preisaufschlag ohne Rechtsgrund

Wird eine Eintrittskarte unter Verstoß gegen Art. 7:4a lid 2 oder 3 BW-neu verkauft, gilt der ungerechtfertigte Preisaufschlag als ohne Rechtsgrund geleistet, Art. 7:4a lid 4 BW-neu. Dieser Betrag kann entsprechend der allgemeinen Regeln über die Bezahlung ohne Rechtsgrund (*onverschuldigde betaling*) gem. Art. 6:203 lid 2 BW von dem Verkäufer zurückgefordert werden. Das ist auch dann noch möglich, wenn die Veranstaltung bereits stattgefunden hat.<sup>44</sup>

---

41 *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 16, p. 2-3.

42 *Kamerstukken I*, 2014-15, 31 461, E, p. 3.

43 *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 16, p. 3-4.

44 *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 8.

cc) Art. 7:4a lid 5 BW-neu – Unabdingbarkeit

Art. 7:4a lid 5 BW-neu normiert die vorstehenden Absätze gegenüber Verbrauchern als unabdingbares Recht. Verträge, welche gegen zwingendes Recht verstoßen, können von der Partei, zu deren Schutz die zwingende Vorschrift gilt, angefochten werden, Art. 3:40 lid 2 BW. Kaufverträge, welche unter Verstoß gegen jene Regelungen geschlossen wurden, sind daher anfechtbar. Die Anfechtung kann nur erklärt werden, wenn die Veranstaltung noch nicht stattgefunden hat. Die Anfechtung erfolgt durch gerichtliche oder außergerichtliche Erklärung, Art. 3:49 BW. Folge einer Anfechtung ist, dass der Vertrag mit rückwirkender Kraft nichtig wird. Der Verkäufer muss dann den Kaufpreis an den Käufer zurückzahlen und der Käufer die Eintrittskarte an den Verkäufer zurückgeben.<sup>45</sup>

Die Unabdingbarkeit gilt nur für Verbraucher. In B2B Konstellationen kann von den Regelungen abgewichen werden. Dies entspricht der Intention der Initiativnehmer, die negativen Folgen des professionellen Ticketzweithandels für den einzelnen Verbraucher einzudämmen.<sup>46</sup>

### 5. Überwachung und Durchsetzung

Der ursprüngliche Entwurf sah nicht nur eine Änderung des BW, sondern auch des Whc vor.<sup>47</sup> Vorgeschlagen wurde die Einführung eines neuen Art. 8.5a Whc. Art. 8.5a Whc erlegt demjenigen, der Eintrittskarten verkauft, die Pflicht zur Einhaltung von Art. 7:4a lid 1 und 2 BW-alt auf. Diese Pflicht wurde bei den Vorgaben zum Verbraucherschutz in Kapitel 8 Whc angesiedelt. Zudem sah der Entwurf entsprechend eine Anpassung der Anlage des Whc vor, wodurch die *Consumentenautoriteit* als zuständige Aufsichtsbehörde befugt worden wäre, verwaltungsrechtlich gegen Verstöße vorzugehen.<sup>48</sup> Ist die *Consumentenautoriteit* von einem Verstoß überzeugt, kann sie dem Zuwiderhandelnden eine zwangsgeldbewehrte Anordnung oder ein Ordnungsgeld auferlegen, Art. 2.9 Whc.<sup>49</sup> Ein solches Ordnungsgeld kann maximal 74.000 Euro betragen.<sup>50</sup>

Die neuere Fassung des Entwurfes sieht keine Anpassung des Whc vor. Die Durchsetzung der durch Art. 7:4a BW-neu statuierten Vorgaben obliegt somit dem

---

<sup>45</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 8-9.

<sup>46</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 8, p. 6.

<sup>47</sup> S. die Ausführungen oben: V.2. Anvisierte Gesetzesänderungen, S. 10.

<sup>48</sup> Der Entwurf sieht eine Anpassung des Teils b) der Anlage vor. Tatsächlich gemeint war wohl Teil a), welcher die Aufsichtsbereiche der Verbraucherbehörde festlegt. Teil b) beschreibt hingegen die Aufsichtsbereiche der Finanzaufsichtsbehörde.

<sup>49</sup> *Kamerstukken II* 2007-08, 31 461, nr. 3, p. 9.

<sup>50</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 7, p. 3.

Betroffenen. Dieser kann mithilfe von Art. 7:4a lid 4 BW-neu den zu viel gezahlten Geldbetrag zurückverlangen oder dank Art. 7:4a lid 5 BW-neu den Kaufvertrag anfechten und somit den Kauf rückabwickeln.<sup>51</sup>

Die Abkehr von der Rolle der *Consumentenautoriteit* als Aufsichtsbehörde steht in Zusammenhang mit der Einführung der offenen Formulierung *kennelijk onredelijk* und den Überlegungen, der Branche Raum für Selbstregulierung zu lassen. Ein so offener Begriff bedarf der Auslegung im Einzelfall und die Interpretation und Ausfüllung jener Formulierung sollte den Zivilgerichten und nicht einer Behörde überlassen werden.<sup>52</sup>

Um den Einzelnen bei der Wahrnehmung seiner Rechte zu unterstützen, können Verbraucherorganisationen (Art. 3:305a BW) mittels Verbandsklagen gegen den Zwischenhändler vorgehen. Sie können beispielsweise verlangen, dass jener den Verkauf von Eintrittskarten mit zu hohem Preisaufschlag stoppt.<sup>53</sup> In diesem Zusammenhang können auch die Organisatoren der Veranstaltungen eine große Rolle spielen. Sie könnten beispielsweise Klagen sammeln und bei der Rechtedurchsetzung gegen aus dem Ausland betriebenen Webseiten unterstützen. Hierzu scheinen sie den Gesetzesmaterialien zufolge auch bereit zu sein.<sup>54</sup>

## 6. Kritik

Bei den Abgeordneten herrschte grundsätzlich Einigkeit darüber, dass das professionelle Aufkaufen von Eintrittskarten in hohem Umfang zu Zwecken des Weiterverkaufes mit enormem Preisaufschlag unerwünscht sei und eingedämmt werden müsse. Vorwiegend wurde daher nicht an der Notwendigkeit einer Regelung, sondern vielmehr an deren Ausgestaltung zur Sicherstellung des gewünschten Effektes gezweifelt.<sup>55</sup> Kritikpunkte waren insbesondere Umgehungsmöglichkeiten, die Abkehr von der Durchsetzung durch eine Aufsichtsbehörde und der direkte Markteingriff.

### a) Umgehungsmöglichkeiten

Die *Consumentenautoriteit* fürchtete, dass Zweithändler ihre Geschäftspraktiken an den Gesetzentwurf anpassen, sodass sie diesem nicht mehr unterfallen. Als Reaktion auf die Annahme des Entwurfes hätten die Händler ihre Aktivitäten ins Ausland verlagern oder die Eintrittskarten auf weniger bekannten

---

<sup>51</sup> S. zu den Rechten des Einzelnen die Ausführungen oben: V.4.b) Die Regelungen im Einzelnen, S. 13.

<sup>52</sup> *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 16, p. 4.

<sup>53</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 8, p. 5.

<sup>54</sup> *Kamerstukken I* 2014-2015, 31 461, D, p. 10.

<sup>55</sup> *Kamerstukken I* 2014-15, 31 461, E, p. 1.

Websites anbieten können. Überdies bestände die Möglichkeit, den Handel zielgerecht fragmentiert durch etliche kleine Einmanngesellschaften mit zahllosen Internetseiten fortzusetzen. Ein Schlupfloch sah sie insbesondere auch darin, dass Eintrittskarten weiterhin in Kombination mit anderen Artikeln zu sehr hohen Preisen angeboten werden durften, ohne dabei die vorgeschlagenen Regelungen zu verletzen.<sup>56</sup>

Die Initiativnehmer wiesen darauf hin, dass sie sich bewusst seien, dass der Vorschlag keine wasserdichte Lösung anböte. Eine solche wäre wahrscheinlich darin zu sehen, dass Eintrittskarten ausschließlich namensgebunden verkauft werden dürften. Dann müsste stichprobenartig überprüft werden, ob jeder Besucher einer Veranstaltung über eine auf sich ausgestellte Zugangskarte verfügt. Diese Lösung wurde nicht gewählt, da die Durchführung eines solchen Systems einen unverhältnismäßigen Aufwand sowohl für die Besucher als auch für die Organisatoren einer Veranstaltung mit sich bringen würde.<sup>57</sup> Überdies solle der Weiterverkauf von Eintrittskarten nicht generell verboten werden. Verbrauchern, die aufgrund von Krankheit oder anderen Verhinderungsgründen eine Veranstaltung nicht besuchen könnten, sollte es weiterhin möglich sein, ihre Karte weiterzuverkaufen.<sup>58</sup>

Gegen die aufgezeigten Fluchtmöglichkeiten ins Ausland wendeten die Initiativnehmer außerdem ein, dass Händler, die ihren Standort gezielt in das Ausland verlegen um sich der nationalen Gesetzgebung zu entziehen, sich sehr wohl an die Regelungen halten müssten, wenn sie aus dem Ausland gezielt den niederländischen Markt ansprechen. Die durch den AEU-Vertrag geschaffenen Möglichkeiten dürften nämlich nicht dazu führen, dass diejenigen, welche von ihnen profitieren, dieselben missbrauchen, um sich der nationalen Gesetzgebung zu entziehen. Solange der Weiterverkauf auf die Niederlande gerichtet ist, sei das niederländische Recht anwendbar und die niederländischen Gerichte für Konflikte zuständig. Gleichwohl gaben sie zu, dass die Verfolgung und Durchsetzung im Ausland sich unlängst schwieriger gestalten dürfte.<sup>59</sup>

Bezüglich Wucherpreisen bei Kombinationsangeboten gaben die Initiativnehmer zu bedenken, dass für die zusätzlich angebotenen Sachen oder Dienste selbstverständlich die allgemeinen verbraucherschützenden Regelungen, wie beispielsweise das wet OHP, einschlägig seien. Es könne daher jedenfalls nicht über den Wert des Kombinationsangebots getäuscht werden.<sup>60</sup>

---

<sup>56</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 7, p. 4-6.

<sup>57</sup> *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 9.

<sup>58</sup> *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 13, p. 1.

<sup>59</sup> *Kamerstukken II*, 2009-10, 31 461, nr. 13, p. 8-9; vlg. auch die Verordnungen EG nr. 44/2001(Brusel I) und EG nr. 593/2008 (Rome I).

<sup>60</sup> *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 13, p. 10.

## b) Keine Aufsichtsbehörde

Ein zentraler Kritikpunkt war die Frage der tatsächlichen Durchsetzbarkeit. Insbesondere wurde die Befürchtung geäußert, dass der einzelne Verbraucher wegen eines übersteuerten Tickets wohl kaum gerichtliche Schritte einleiten würde. Diese brächten schließlich ein noch viel höheres Kostenrisiko mit sich.<sup>61</sup>

Die Initiativnehmer vertraten die Ansicht, dass bereits einzelne Verfahren eine starke präventive Wirkung entfalten würden. Außerdem würde den Verbrauchern von den Organisatoren, welche mit ihnen am gleichen Strang zogen, geholfen, indem sie die Vorbereitung von Verbandsklagen unterstützten. Auf diese Weise würde dem Verbraucher eine möglichst problemlose Durchsetzung seiner Rechte ermöglicht werden.<sup>62</sup>

## c) Preisregulierung

In der Expertenrunde zu dem Gesetzentwurf wurde durchgängig vor Markteingriffen mit Preisregulierung gewarnt. Der Zivilrechtler *Willem van Boom* wies darauf hin, dass der rechtmäßige Preis eines Produktes nicht vom Gesetzgeber bestimmt werden könne. Dies sei von jeher Aufgabe des Marktes selbst und eine wichtige Säule des Bürgerlichen Gesetzbuches. Der Gesetzgeber habe erst dann einzugreifen, wenn ein Informationsgefälle bestehe oder unzulässige Praktiken wie Täuschung, Zwang oder Betrug eingesetzt würden. Der Markt Sorge bei transparenten Informationen dafür, dass derjenige die Eintrittskarten erhält, welcher bereit ist, am meisten für die Karten zu bezahlen. Dies sei schlicht und ergreifend das, was Markt genannt würde. Überdies sei der Entwurf nicht dazu geeignet, dass finanziell schlechter gestellte Menschen die Karten erhalten, sondern diejenigen, welche am schnellsten klickten oder am längsten in einer Warteschlange stünden.<sup>63</sup> Dies zeige sich darin, dass die Karte zunächst übersteuert gekauft werden müsse, um im Anschluss das Geld zurückfordern zu können. Das Geld hierfür müsse also zunächst zur Verfügung stehen. Aus zivilrechtlicher Sicht handele es sich dabei überdies um eine äußerst seltsame Konstruktion: Der Käufer schließe bewusst und ohne Willensmängel einen Vertrag, der für sich gesehen wirksam ist und im Anschluss daran könne er sich darüber beklagen, dass er selbst ein so teures Produkt gekauft habe. Dies sei aus zivilrechtlicher Sicht mehr als fragwürdig.<sup>64</sup>

Auch der Ökonom *Bouma*, ein Vertreter des Branchenverbands für Veranstaltungen, sowie *Monteban*, eine Vertreterin der Ticketzweithändler, sahen

---

<sup>61</sup> *Kamerstukken I* 2009-10, 31 461, B, p. 6; Eerste Kamer, verslag van de plenaire vergadering van dinsdag 10 oktober 2017.

<sup>62</sup> *Kamerstukken I* 2014-15, 31 461, D, p. 11.

<sup>63</sup> *Kamerstukken I* 2015-16, 31 461, F, p. 3-4, 8.

<sup>64</sup> *Kamerstukken I* 2015-16, 31 461, F, p. 7.

in der Regulierung der Preiszuschlagshöhe den falschen Ansatzpunkt. Sie wiesen daraufhin, dass es einen Grund habe, dass der Ticketzweithandel seine Nische in der Marktwirtschaft gefunden habe und dass es nun einmal Verbraucher gäbe, die lieber spontane Entscheidungen treffen würden. Hierfür seien sie bereit, einen höheren Preis zu zahlen. Der offene Charakter des Internets habe dazu geführt, dass Verbraucher stets auf der Suche nach dem „besten Deal“ seien, sei es nun um einen Flug, eine Hotelübernachtung oder eben ein Konzertticket zu buchen.<sup>65</sup>

d) Weitere Kritikpunkte

Auch Plattformvertreter für den Ticketweiterverkauf sahen die Einführung einer Preisobergrenze kritisch. Die entscheidenden Problematiken betreffend den Ticketzweithandel seien aus ihrer Sicht nicht hohe Preise – für diese entscheide sich der Verbraucher schließlich bewusst beim Kauf seiner Karte – sondern vielmehr die Frage, ob er diese Entscheidung hinreichend informiert treffe und ob die gekauften Eintrittskarten echt seien. Kurz gesagt, die Probleme beträfen insbesondere die Transparenz des Vorgangs und die Frage einer Echtheitsgarantie der erworbenen Karte.<sup>66</sup> Für diese Problematiken beständen selbstverständlich bereits gesetzliche Regelungen. Entscheidend sei daher nicht die Einführung neuer Gesetze und Eingriffe in die Marktwirtschaft, sondern eine strengere Verfolgung von Betrug.<sup>67</sup>

Eine detaillierte, tiefergehende Auseinandersetzung mit der Kritik der Sachverständigen kann anhand der Lektüre des jeweiligen „Position Paper“ erfolgen.<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> *Kamerstukken I* 2015-16, 31 461, F, 15-16, 21.

<sup>66</sup> *Kamerstukken I* 2015-16, 31 461, F, 17.

<sup>67</sup> *Kamerstukken I* 2015-16, 31 461, F, p. 28-30.

<sup>68</sup> *Van Boom*, TvCH 2011 (5), p. 177-183; *Bouma* et al, *Overzicht Nederlandse Ticketingmarkt*; *van de Bunt*, position paper V.V.E.M.; *McGowan*, briefing note for Eerste Kamer commissions for economic affairs and justice; *de Jong*, position paper KNVB; *Monteban*, position paper Worldticketshop; *Ober*, position paper TicketSwap.

---

## F. Rechtsfragen zum Ticketzweitmarkt in Spanien

*Dr. Ricardo Pazos<sup>1</sup>*

*Universität Santiago de Compostela (Spanien)*

### I. Einführung

In Spanien finden um den Weiterverkauf von Tickets fortwährend Diskussionen statt, wenngleich diese jedoch nicht stetig geführt werden, sondern vor allem unmittelbar vor oder nach großen Sportveranstaltungen oder Konzerten aufkommen. Aufmerksamkeit erfährt dieses Thema insbesondere in Fernsehen und Zeitungen, und weniger in der Rechtswissenschaft. Die Nachrichten zum Ticketzweitmarkt beschäftigen die Bevölkerung für gewöhnlich eine kurze Zeit, bevor es anschließend wieder still wird um das Thema, bis das nächste wichtige Event ansteht. Im Jahr 2017 wurde der Bezug des Ticketweiterverkaufs zur Rechtswissenschaft jedoch zunehmend enger. Im Februar machte sich ein bekannter spanischer Sänger öffentlich für das sogenannte „Anti-Weiterverkaufs-Bündnis“ stark, nur wenige Tage, nachdem bereits ein anderer Sänger den Onlineweiterverkauf kritisiert hatte.<sup>2</sup> In der Zwischenzeit wurde von einer Parlamentsfraktion im spanischen Kongress ein Antrag ohne Gesetzescharakter (*Proposición no de ley*) eingebracht, in der sie die Regierung zu Maßnahmen zur Regulierung und Beschränkung des Ticketzweitmarktes aufforderte.<sup>3</sup> Eine andere Fraktion ließ einen weiteren derartigen Antrag folgen;<sup>4</sup> beide Anträge wurden im April durch die Kulturkommission des spanischen Kongresses angenommen, das heißt die Thematik wird behandelt werden.<sup>5</sup> Gleichwohl stellte der spanische Minister für Bildung, Kultur und Sport bereits im Februar 2017 klar, dass die Kompetenzen der nationalen Regierung auf diesem Gebiet beschränkt seien, da die Gesetzgebungszuständigkeiten auf diesem Gebiet größtenteils bei den autonomen Regionen lägen.<sup>6</sup> Somit steht der tatsächliche Hintergrund fest, auf dem der vorliegende Beitrag basiert.

---

<sup>1</sup> Für die Übersetzung ins Deutsche danke ich Frau cand.iur. Veronika Thalhammer. Für alle verbleibenden Fehler zeichne ich verantwortlich.

<sup>2</sup> <http://www.elmundo.es/cultura/2017/02/21/58ac5eb622601d8a318b45dc.html>.

<sup>3</sup> [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-112.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-112.PDF) (S. 17 f., 58 f.).

<sup>4</sup> [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-131.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-131.PDF) (S. 79 f.).

<sup>5</sup> [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-146.PDF#page=22](http://www.congreso.es/public_oficiales/L12/CONG/BOCG/D/BOCG-12-D-146.PDF#page=22) (S. 16 f., 22 f.).

<sup>6</sup> [https://politica.elpais.com/politica/2017/02/24/actualidad/1487945024\\_927350.html](https://politica.elpais.com/politica/2017/02/24/actualidad/1487945024_927350.html).

## II. Wirkungsweise von Tickets

### 1. Übertragbarkeit

Tickets erfüllen zumindest folgende zwei Zwecke. Einerseits ermöglichen sie, eine bestimmte Veranstaltung mitzuerleben, was ihre bedeutendste Funktion darstellt. Andererseits können Tickets auch zu Sammlerstücken werden. Lediglich der erste Aspekt ist für diesen Bericht zum Weiterverkauf von Tickets von Relevanz. Im Folgenden wird der Markt um den Zugang zum Event im Vorfeld einer Veranstaltung analysiert.

Die Frage der Übertragbarkeit der Tickets erfordert eine Untersuchung ihrer rechtlichen Natur. In Spanien werden Tickets weder als echte Wertpapiere noch als bewegliche Sachen betrachtet. Vereinfacht dargestellt kann man sagen, dass sie Bescheinigungen eines Anspruchs sind, die dazu berechtigen, eine Leistung zu fordern.<sup>7</sup> Tickets können aber auch ausschließlich zu Beweis Zwecken ausgestellt werden.<sup>8</sup> Eine tiefgehende Betrachtung zeigt jedoch die Komplexität von Tickets, da sie nicht immer nur reine Anspruchsbescheinigungen sind.

Tickets werden „uneigentliche“ (*impropios*) Inhaberpapiere genannt, weil sie zwar einige Merkmale eines Wertpapiers aufweisen, aber nicht komplett identisch mit diesen sind. Die Verkörperung des Rechts in der Urkunde ist unvollkommen. Daher spricht man bei Tickets von Anspruchsbescheinigungen, die folgende zwei Funktionen haben: Zum einen berechtigen sie den Schuldner zur Leistungserbringung gegenüber dem rechtmäßigen Besitzer des Dokuments. Zum anderen erleichtern sie dem Gläubiger die Übertragung des Rechts durch Übergabe des Dokuments an eine andere Person.<sup>9</sup> Diese Beobachtungen führen jedoch nicht zu dem Schluss, dass die Übertragung dieser uneigentlichen Inhaberpapiere nach den für Wertpapiere oder bewegliche Sachen geltenden Regeln erfolge. In der Praxis schließen Weiterverkäufer und Käufer einen Vertrag, letzterer erhält das Ticket, zeigt es am Eingang der Veranstaltung vor und erhält somit Zugang. Es findet also eine Abtretung des Rechts auf Erfüllung statt. Diese erfolgt durch bloße Einigung über die Abtretung; jedoch ist der Zedent dann verpflichtet, dem Zessionar das Dokument auszuhändigen. Dieses ermöglicht ihm nämlich erst die

---

<sup>7</sup> Durany Pich, „Comentario a los artículos 5 y 7“, in: Menéndez Menéndez/Díez-Picazo (Dirs.), *Alfaro* (Coord.), *Comentarios a la Ley sobre condiciones generales de la contratación*, Madrid: Civitas, 2002, S. 293; *Lete del Río/Lete Achirica*, *Derecho de obligaciones* (Vol. I), 5. Auflage, Cizur Menor (Navarra): Thomson-Aranzadi, 2005, S. 499.

<sup>8</sup> Alfaro, „El concepto de título-valor“, Blog Derecho Mercantil, 9. Dezember 2015. Verfügbar unter <http://derechomercantilespana.blogspot.de/2015/12/el-concepto-de-titulo-valor.html>.

<sup>9</sup> *Uría*, *Derecho mercantil*, 18. Auflage, Madrid: Marcial Pons, 1991, S. 797 f.

Rechtsausübung, da das Dokument für den Zugang erforderlich ist bzw. es den Beweis der Rechtsinhaberschaft ermöglicht.<sup>10</sup>

Der entscheidende Unterschied zwischen einem Wertpapier und einer Anspruchsbescheinigung liegt im Vorzeigen der Urkunde als Voraussetzung der Rechtsausübung. Dieses Erfordernis besteht lediglich im ersteren Fall. Folglich muss der Gläubiger, wenn ein Wertpapier verloren geht, gestohlen oder zerstört wird, ein bestimmtes Verfahren (*amortización*) befolgen, um das Dokument für ungültig zu erklären und ein neues Dokument auszustellen. Bei Wertpapieren ist dieses Verfahren von wesentlicher Bedeutung, da das Vorzeigen des Dokuments die einzige Möglichkeit der Rechtsausübung ist; bei Anspruchsbescheinigungen ist dies dagegen entbehrlich, da dem Gläubiger andere Möglichkeiten zum Nachweis seines Rechts zur Verfügung stehen. Außerdem sind Anspruchsbescheinigungen – anders als Wertpapiere – nicht für den Verkehr und die Übertragung gedacht. Dies rechtfertigt die Anwendung der Vorschriften über die Abtretung auf erstere, während für letztere besondere Vorschriften gelten.<sup>11</sup>

Der Veranstalter kann durch eine Vertragsklausel das Vorzeigen des Tickets als notwendige Voraussetzung für die Zutrittsgewährung festsetzen. Dadurch wird das Ticket nach herrschender Meinung unter spanischem Recht zum Wertpapier. Dennoch folgt aus dem Erfordernis des Vorzeigens des Tickets zur Ausübung des Rechts nicht, dass das Ticket für den Verkehr und die Übertragung bestimmt ist, wie es bei Wertpapieren der Fall ist. Führt das Ticket den Namen des Gläubigers auf, führt der Aussteller damit ein Übertragungshindernis für das Ticket ein. Das zeigt, dass das Dokument nicht dafür gedacht ist, besonders für eine Übertragung geeignet zu sein.<sup>12</sup> Ist der Name des Gläubigers auf dem Ticket dagegen nicht angegeben, wird das Recht insofern übertragbar, als dass die Identität des Rechtsinhabers nicht von Bedeutung ist. Dennoch bleibt das Ticket ein „uneigentliches“ Inhaberpapier, da aus dem bloßen Fehlen des Namens nicht geschlossen werden kann, dass das Dokument für den Umlauf geschaffen wurde. Die Funktion solcher uneigentlicher Wertpapiere ist lediglich, die Leistungserbringung durch den Schuldner bei einer großen Anzahl von Tickets einfacher und schneller zu gestalten. Tickets sind also auch keinesfalls stillschweigend dafür gedacht, dem Rechtsinhaber die Übertragung zu erleichtern.

<sup>10</sup> *Díez-Picazo*, Fundamentos del Derecho civil patrimonial (Vol. II), 6. Auflage, Cizur Menor (Navarra): Thomson-Civitas, 2008, S. 982 (im folgenden, Fundamentos II).

<sup>11</sup> *Alfaro*, „El concepto de título-valor“, op. cit.; *Alfaro*, „Los títulos-valores y el pasado como futuro“, Blog Almacén de Derecho, 5. April 2017. Available at <http://almacendederecho.org/los-titulos-valores-pasado-futuro/>. See also Pérez Millán, „Reflexiones críticas en torno al concepto amplio de título-valor“, in: Fernández de la Gándara, et al. (Eds.), Pérez Millán/Solernou Sanz (Coords.), Liber Amicorum prof. José María Gondra Romero, Madrid: Marcial Pons, 2012, S. 383-391.

<sup>12</sup> *Pérez Millán*, op. cit., S. 374-382.

Vielmehr ist die Person des Gläubigers für den Schuldner nur irrelevant und es stehen keine praktikableren Vorgehensweisen zur Verfügung, wie der Schuldner überprüfen könnte, ob der Inhaber der Urkunde auch der Rechtsinhaber ist. Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass bei einem Ticket, das ein Wertpapier im weiteren Sinne darstellt, das Recht dem Dokument zum Zwecke der Rechtsausübung zugeordnet ist und nicht zum Zwecke der Übertragung dieses Rechts.<sup>13</sup>

Insgesamt gibt es also drei Kategorien: Erstens die Wertpapiere mit speziellen Vorschriften zur Übertragung und besonderen dinglichen Wirkungen, zweitens die uneigentlichen Wertpapiere und drittens die bloßen Bescheinigungen eines Anspruchs. Tickets unterfallen stets einer der beiden letzteren Kategorien, je nachdem, ob ein Vorzeigen des Tickets Voraussetzung für den Zugang zur Veranstaltung ist oder nicht. Was die Ausübung des Rechts angeht, können Tickets entweder als Inhaberpapiere auftreten (wenn ihr Vorzeigen zur Rechtsausübung erforderlich ist) oder als bloße Bescheinigungen eines Anspruchs (wenn das Vorzeigen zur Ausübung des Rechts lediglich erleichtert, daneben aber andere Möglichkeiten der Rechtsausübung bestehen). Hinsichtlich ihrer Übertragung werden Tickets stets als Anspruchsbescheinigungen behandelt und unterliegen den Vorschriften der Abtretung, insbesondere denjenigen der Abtretung eines Rechts auf Erfüllung einer Verpflichtung. Daher folgt an dieser Stelle ein allgemeiner Überblick zu den Abtretungsregelungen im spanischen Recht.

Gemäß Artikel 1112 des Spanischen Zivilgesetzbuchs (*Código Civil*, im Folgenden „CC“) sind alle persönlichen Rechte abtretbar, sofern nichts anderes vereinbart ist.<sup>14</sup> Die Abtretung ist in den Artikeln 1526 bis 1536 CC geregelt. Für eine wirksame Abtretung bedarf es keiner Zustimmung des Schuldners. Wenn der Schuldner jedoch vor Kenntnis der Abtretung an den ursprünglichen Gläubiger leistet, wird er dadurch nach Artikel 1527 CC von seiner Verpflichtung frei. Grundsätzlich gilt, dass eine Abtretungsanzeige keine Wirksamkeitsvoraussetzung ist; eine Ausnahme findet sich jedoch Artikel 149 des Hypothekengesetzes von 1946 (*Ley hipotecaria*, im Folgenden „LH“) für Hypotheken. Wenn der Schuldner trotz fehlender Abtretungsanzeige auf andere Art und Weise von der Abtretung Kenntnis erlangt, wirkt eine Leistung an den ursprünglichen Gläubiger nicht mehr schuldbeeidend.<sup>15</sup> Für die Abtretung gilt grundsätzlich Formfreiheit. Eine

---

<sup>13</sup> Alfaro, „Los títulos-valores y el pasado como futuro“, op. cit.

<sup>14</sup> Normzitate des spanischen Zivilgesetzbuchs beziehen sich auf eine Übersetzung des spanischen Justizministeriums von 2016, welche unter folgendem Link erworben werden kann: <https://tiendaonline.mjusticia.gob.es/Tienda/mostrarDetallePublicaciones.action?idPublicacion=10766>.

<sup>15</sup> Díez-Picazo, Fundamentos II, op. cit., S. 981, 988; Marco Molina, „Comentario a los artículos 1526 y 1527“, in: Domínguez Luelmo (Dir.), Comentarios al Código civil, Valladolid: Lex Nova, 2010, S. 1667; *Lete del Río/Lete Achirica*, Derecho de obligaciones (Vol. I), 6. Auflage, Cizur

Ausnahme davon statuiert der bereits erwähnte Artikel 149 LH, wonach die Übertragung des Rechts durch öffentliche Beurkundung erfolgen muss, die im Grundbuch einzutragen ist.<sup>16</sup>

Wie bereits erläutert, sind Tickets in Spanien keine echten Wertpapiere; ihre Übertragung erfolgt nicht nach sachenrechtlichen Vorschriften. Dennoch erscheinen allgemeine Ausführungen zu Wertpapieren und der Eigentumsübertragung beweglicher Sachen im spanischen Recht zweckmäßig. Denn einerseits ist es theoretisch denkbar, dass ein Veranstalter den von ihm ausgestellten Tickets die Rechtsnatur einer beweglichen Sache zuschreibt. Spezifische Ausführungen hierzu existieren soweit ersichtlich bislang nicht; in Abschnitt III.2 („Wiederausgabe von Tickets“, s. unten) wird ein Aspekt erläutert, welcher möglicherweise einer potentiellen Einordnung von Tickets als Wertpapiere entgegensteht; hierzu bedarf es aber einer vorherigen weitergehenden Untersuchung.<sup>17</sup> Andererseits ist ein Überblick zur spanischen Regelung insbesondere auch für rechtsvergleichende Zwecke sinnvoll.

Was Wertpapiere in Spanien angeht, so stellen die drei Hauptkategorien der Wechselbrief (*letra de cambio*), der Scheck (*cheque*) und die Schuldverschreibung (*pagaré*) dar. Alle drei Arten werden durch die Verordnung 19/1985 vom 16. Juli 1985 geregelt. Für gewöhnlich werden Wertpapiere treten vor allem im Business-to-Business-Verhältnis auf und dementsprechend wird diese Materie auch aus dieser Perspektive heraus untersucht. Jedoch werden Wertpapiere gelegentlich auch im nichtgeschäftlichen Bereich eingesetzt.<sup>18</sup> Das wichtigste Merkmal von Wertpapieren ist nach klassischem Verständnis, dass das Recht aus dem Papier dem Recht am Papier folgt. Das Papier ist also mehr als nur ein Beweismittel. Die einzige Möglichkeit, sein Recht geltend zu machen, ist die Vorlage der Urkunde und der Inhalt des Rechts ist genau das, was die Urkunde aussagt. Der Schuldner muss nur leisten, wenn das Dokument vorgezeigt wird – und nur eine Leistung an den Inhaber des Wertpapiers wirkt schuldbefreiend; außerdem kann er die Aushändigung des Dokuments verlangen.<sup>19</sup> Wertpapiere können den Namen des Gläubigers enthalten; in diesem Fall sind sowohl das Vorzeigen des Dokuments als auch die Identität zwischen dem Besitzer des Papiers und der darin bezeichneten

---

Menor (Navarra): Thomson-Aranzadi, in Vorbereitung. Details zum Schuldner, welcher Kenntnis von der Abtretung erlangt, obwohl die Parteien ihm diese nicht angezeigt haben, siehe bei *Pantaleón*, „Comentario al artículo 1527“, in: *Paz Ares*, et al. (Dirs.), *Comentario del Código civil* (Tome II), 2. Auflage, Madrid: Ministerio de Justicia. Centro de publicaciones, 1993, S. 1026 f.

<sup>16</sup> *Díez-Picazo*, *Fundamentos II*, op. cit., S. 980; *Lete del Río/Lete Achirica*, *Derecho de obligaciones* (Vol. I), 6. Auflage, op. cit., in Vorbereitung.

<sup>17</sup> Siehe unten, Abschnitt III.2 („Wiederausstellung von Tickets“).

<sup>18</sup> *Díez-Picazo*, *Fundamentos II*, op. cit., S. 443 f., 447.

<sup>19</sup> *Uría*, op. cit., S. 791-796; *Díez-Picazo*, *Fundamentos II*, op. cit., S. 444-447.

Person (d.h. der ursprüngliche Gläubiger oder der Erwerber) notwendige Voraussetzungen für den Erhalt der Leistung. Sofern das Dokument den Namen des Gläubigers dagegen nicht bezeichnet, ist das Vorzeigen für den Erhalt der Leistung ausreichend.<sup>20</sup> In jedem Fall muss das Dokument vom Aussteller unterzeichnet sein und den Namen des Schuldners aufweisen.<sup>21</sup>

Gemäß Artikel 347 des Spanischen Handelsgesetzbuchs (*Código de Comercio*) können nicht übertragbare und nicht auf einen Inhaber lautende gewerbliche Kredite durch den Gläubiger ohne Zustimmung des Schuldners übertragen werden; eine Anzeige diesem gegenüber ist ausreichend. Demgegenüber werden Orderpapiere durch Indossament übertragen. Inhaberpapiere sind dafür gedacht, wie bewegliche Sachen durch Übergabe übertragen zu werden; dies muss jedoch insofern relativiert werden, als dass die spanischen Vorschriften über die Übertragung beweglicher Sachen sowohl eine Einigung als auch eine Übergabe verlangen.<sup>22</sup>

Sähe man Tickets tatsächlich als bewegliche Sachen an, welche zum Besuch einer Veranstaltung berechtigen – und zwar nicht nur in ihrer Funktion als Erinnerungsstück – würden für ihre Übertragung folglich die allgemeinen Regeln des spanischen Zivilgesetzbuches über die Eigentumsübertragung von Sachen gelten. Artikel 609 Satz 2 CC legt fest, dass Eigentum und andere Rechte an Sachen kraft Gesetzes, durch Schenkung oder durch testamentarische oder gesetzliche Erbfolge erworben werden können sowie bei bestimmten Verträgen durch Übergabe. Ebenso steht dem Gläubiger gemäß Artikel 1095 CC das Recht an den Früchten einer Sache von dem Zeitpunkt an zu, in dem die Leistungspflicht entsteht. Jedoch erwirbt er das Eigentum daran nicht vor der Übergabe (*traditio*), d.h. erst wenn sowohl Rechtsgrund als auch Übergabe gegeben sind (*titulus und modus adquirendi*).<sup>23</sup> Eine Übergabe im juristischen Sinne findet dadurch statt, dass dem Käufer der tatsächliche Besitz an der Sache eingeräumt wird, wie es Artikel 1462 Satz 1 CC vorsieht. Neben diesen grundsätzlichen Voraussetzungen

---

20 *Uría*, op. cit., S. 799 f., 802 f.; *Díez-Picazo*, Fundamentos II, op. cit., S. 448.

21 *Díez-Picazo*, Fundamentos II, op. cit., S. 452 f.

22 *Uría*, op. cit., S. 800 f., 803-806; *Díez-Picazo*, Fundamentos II, op. cit., S. 448, 990 f.

23 *Puig Brutau*, Fundamentos de Derecho civil (Tome III, Vol. I), 2. Auflage, Barcelona: Bosch, 1971, S. 345-347; *Santos Briz*, Derecho civil. Teoría y práctica (Tome II), Madrid: Editorial Revista de Derecho Privado, 1973, S. 171 f., 175-177, 195-198; *Albaladejo*, Derecho civil III, 10. Auflage, Madrid: Edisofer, 2004, S. 128-135; *Díez-Picazo*, Fundamentos del Derecho civil patrimonial (Vol. III), 5. Auflage, Cizur Menor (Navarra): Thomson-Civitas, 2008, S. 863-865, 867-869 (im Folgenden, Fundamentos III); *Domínguez Luelmo*, "Comentario al artículo 609", in: Domínguez Luelmo (Dir.), Comentarios al Código civil, Valladolid: Lex Nova, 2010, S. 714 f.; *Llamas Pombo*, "Comentario al artículo 1095", in: Domínguez Luelmo (Dir.), Comentarios al Código civil, Valladolid: Lex Nova, 2010, S. 1195.

sind aber auch fiktive Übergabeformen (*traditio ficta*) zulässig<sup>24</sup>. Es werden im Folgenden nur einige der Regelungen der Artikel 1462 bis 1464 CC dargestellt.

Gemäß Artikel 1462 Satz 2 CC ist das Ausstellen einer öffentlichen Urkunde einer Übergabe gleichgestellt, sofern sich aus der öffentlichen Urkunde nichts Gegenteiliges ergibt. Dennoch gilt die Übergabe manchmal auch bei Ausstellen eines bloß privaten Dokuments (*traditio cartae*) als erfolgt, sofern das Dokument selbst eine Begründung für die Übergabe enthält.<sup>25</sup> Nach einer Ansicht im Schrifttum gilt die Vermutung, dass die Sache tatsächlich übergeben wurde, wenn die private Urkunde diese Aussage enthält oder sich dies aus dem Dokument ergibt. Daher kommt dies keiner *tatsächlichen* Übergabe gleich.<sup>26</sup> Artikel 1463 CC besagt unter anderem, dass eine bloße Einigung zwischen den Parteien für die Annahme einer Übergabe ausreichend sein kann. Dies ist zunächst der Fall, wenn Sachen zum Zeitpunkt des Verkaufs nicht in den Besitz des Käufers verbracht werden können. Daher liegt keine absolute, objektive oder physische Unmöglichkeit vor.<sup>27</sup> Zudem ist dies auch dann gegeben, wenn der Käufer bereits aus irgendeinem Grund in Besitz der Sache ist (*traditio brevi manu*). Schließlich sieht Artikel 1464 CC für immaterielle Güter vor, dass Artikel 1462 Satz 2 CC (Kauf durch öffentliche Urkunde) Anwendung findet. Sofern diese Regelungen nicht anwendbar sind, versteht man unter einer Übergabe, dass die Eigentumsrechte der Verfügungsmacht des Käufers überlassen werden bzw. die Nutzung eines Rechts durch den Käufer mit Einverständnis des Verkäufers.

## 2. Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?

Da die Vorschriften der Abtretung auf die Übertragung von Tickets anwendbar sind, ist die Zustimmung des Schuldners zur Wirksamkeit grundsätzlich nicht erforderlich.<sup>28</sup> Der Veranstalter kann die Übertragung des Rechts jedoch vorab untersagen, indem er eine entsprechende Klausel im Vertrag über den Ticketverkauf einfügt. In diesem Fall liegt entweder ein echtes Verfügungsverbot vor oder eine Verpflichtung, nicht über das Ticket zu verfügen; näheres dazu unten.<sup>29</sup>

---

<sup>24</sup> Puig Brutau, op. cit., S. 349-351; Santos Briz, op. cit., S. 170 f., 200-203; Albaladejo, op. cit., S. 135-155; Díez-Picazo, Fundamentos III, op. cit., S. 869-874.

<sup>25</sup> Puig Brutau, op. cit., S. 355 f.; Santos Briz, op. cit., S. 200 f.

<sup>26</sup> Albaladejo, op. cit., S. 140 f., 143.

<sup>27</sup> Díez-Picazo, Fundamentos III, op. cit., S. 872.

<sup>28</sup> S. oben, Abschnitt I.1 ("Übertragbarkeit").

<sup>29</sup> S unten, Abschnitt III.1 ("Beschränkungen der Übertragbarkeit").

### *3. Vorlage des Tickets beim Veranstalter erforderlich?*

Grundsätzlich muss ein Gläubiger, um Zutritt zur jeweiligen Veranstaltung zu erhalten, das Ticket dem Veranstalter nicht vorzeigen. Er kann sein Recht auch auf andere Art und Weise nachweisen. Jedoch wird das Vorzeigen des Tickets in den meisten Fällen vom Veranstalter zur Voraussetzung für den Zutritt des Gläubigers gemacht. Eine solche Vertragsklausel, welche den Zugang zur Veranstaltung vom Vorlegen der Eintrittskarte abhängig macht, ist wirksam. Sie verändert nach spanischem Recht die Funktionsweise eines Tickets hinsichtlich der Ausübung des Rechts, indem sie das Ticket zu einem Wertpapier macht. Die Übertragungsweise wird dadurch jedoch nicht geändert, das heißt es handelt sich dabei weiterhin um eine Abtretung des Rechts auf Erfüllung einer Verpflichtung.<sup>30</sup>

### *4. Verfügbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung*

Die Regelung im spanischen Recht, nach der eine Eigentumsübertragung einen Vertrag und eine Übergabe erfordern, unterscheidet sich von den Vorschriften über die Übertragung persönlicher Rechte. Die Übergabe des Tickets an den Käufer ist für eine wirksame Abtretung nicht erforderlich. Jedoch wird der Weiterverkäufer die Eintrittskarte letztendlich trotzdem übergeben müssen sowie gegebenenfalls weitere Dokumente. Wenn das Vorzeigen des Tickets für den Zutritt zur Veranstaltung nicht erforderlich ist, so ist die Übergabe an den Käufer dennoch verpflichtend, da es für den Gläubiger maßgeblich ist, um nachweisen zu können, dass er Inhaber des Rechts ist. Sofern das Vorzeigen des Tickets für die Teilnahme an der Veranstaltung notwendig ist, wie es meist der Fall ist, so wird noch deutlicher, warum man zur Übergabe des Tickets verpflichtet ist – der Übertragende muss dem Rechtserwerber so die Ausübung seines Rechts ermöglichen.<sup>31</sup>

### *5. Erfordernis einer Änderung des Tickets?*

Da zu diesem Thema soweit ersichtlich keine spezifische Literatur vorhanden ist, basieren die folgenden Überlegungen auf dem bisher zu den Merkmalen von Tickets Gesagtem. Zur Wirksamkeit der Übertragung eines persönlichen Rechts bestehen keine speziellen Formvorschriften. Sofern ein Ticket den Namen des Gläubigers aufweist, funktioniert es hinsichtlich der Ausübung des Rechts wie ein Wertpapier und hinsichtlich seiner Übertragung wie eine bloße Anspruchsbescheinigung. Als Konsequenz ist das Vorzeigen des Tickets nicht

---

<sup>30</sup> S. oben, Abschnitt I.1 (“Übertragbarkeit”).

<sup>31</sup> S. oben, Abschnitt I.1 (“Übertragbarkeit”).

ausreichend für den Erhalt der Leistung, falls das Ticket den Namen des Gläubigers aufweist und die Identität des Ticketinhabers am Eingang überprüft wird.<sup>32</sup>

Grundsätzlich müssen der Besitzer der Eintrittskarte und die darauf angegebene Person übereinstimmen. Hierfür ist eine Anpassung des Tickets erforderlich. Die Parteien müssten also die Abtretung dem Veranstalter anzeigen; dieser sollte ein geeignetes Verfahren in Gang setzen, um sicherzustellen, dass der neue Gläubiger sein Recht ausüben kann. Ein solches kann darin bestehen, den Namen auf dem Dokument zu ändern oder ein neues Ticket mit dem aktuellen Namen auszustellen und das alte für ungültig zu erklären.

Der Veranstalter könnte ebenso eine Liste der durchgeführten Übertragungen erstellen, sodass das Kontrollpersonal weiß, dass ein auf den Namen X (der alte Gläubiger, also der Zedent) ausgestelltes Ticket von Y (dem neuen Gläubiger, also dem Zessionar) vorgezeigt werden wird. Selbst wenn der Name des Gläubigers auf der Eintrittskarte steht, überprüft das Kontrollpersonal dies möglicherweise gar nicht und könnte einfach diejenige Person einlassen, die das Ticket vorzeigt – wie es auch tatsächlich manchmal in der Praxis geschieht. Ebenso könnten sie lediglich vom Gläubiger verlangen nachzuweisen, dass die auf dem Ticket eingetragene Person das Recht auf ihn übertragen hat. Diese Möglichkeiten sind sämtlich freiwillige Entscheidungen des Schuldners, die in der Praxis nicht immer durchführbar sind und für ihn auch riskant sein können.

Das eben Gesagte setzt voraus, dass der Veranstalter die Übertragung des Tickets nicht untersagt hat, bzw. dass eine solche Untersagung kein wirkliches Verfügungsverbot ist, sondern lediglich eine vertragliche Verpflichtung, das Recht nicht abzutreten. Diese Unterscheidung wird im weiteren Verlauf genauer betrachtet werden.<sup>33</sup>

### **III. (Gegenseitige) Vertragliche Pflichten und Rechte**

#### *1. Veranstalter*

Auf den ersten Blick entstehen durch den Vertrag über den Ticketweiterverkauf keine neuen Pflichten für den Veranstalter. Er bleibt der Schuldner und ist verpflichtet, der Person, die Inhaber des entsprechenden Rechts ist, Zugang zur Veranstaltung zu gewähren. Sofern jedoch ein Vorzeigen des Tickets für den Zugang zur Veranstaltung erforderlich ist und eine Übertragung stattfindet, könnte der Veranstalter ersucht werden, den Namen auf der

---

<sup>32</sup> S. oben, Abschnitt I.1 (“Übertragbarkeit”).

<sup>33</sup> S. unten, Abschnitt III.1 (“Beschränkungen der Übertragbarkeit”).

Eintrittskarte zu ändern oder eine neue mit dem Namen des neuen Gläubigers auszustellen, wie soeben gesehen.<sup>34</sup>

## 2. *Zweitverkäufer des Tickets*

Die Übertragung eines Tickets erfolgt im spanischen Recht nach den Regeln der Abtretung. Das bedeutet, dass die Übertragung des Rechts durch bloße Einigung erfolgt. Der (Zweit)Verkäufer ist jedoch verpflichtet, dem Käufer das Ticket auszuhändigen, da dieses die Ausübung des Rechts ermöglicht – bzw. hierfür sogar unabdingbar ist.<sup>35</sup>

Im *Código Civil* wird die Frage, welche der Parteien für die Mitteilung der Abtretung gegenüber dem Schuldner zuständig ist, nicht behandelt; es scheint jedoch so, dass die Verantwortung hierfür beim Zedenten liegt.<sup>36</sup> Jedoch kann sich der Schuldner durch Leistung an den ursprünglichen Gläubiger nicht von seiner Pflicht befreien, wenn er auf andere Weise Kenntnis von der Abtretung erlangt hat. Folglich hat der Zessionar einen Anreiz, den Schuldner über die Abtretung zu informieren, damit er nicht dem Risiko ausgesetzt ist, dass dieser an den ursprünglichen Gläubiger leistet. Möglicherweise hat der Veranstalter die Übertragung des Tickets ausgeschlossen. Die Rechtsnatur und Wirkung eines solchen Verbots ist allerdings unklar; diese Frage wird in einem anderen Teil dieses Länderberichts beleuchtet.<sup>37</sup> Zunächst reicht jedoch festzuhalten, dass der Veranstalter – falls eine solche Untersagung lediglich eine Verpflichtung zur Unterlassung einer Abtretung des Rechts auf Teilnahme an der Veranstaltung darstellt – vom Zedenten des Tickets Schadensersatz verlangen kann. Als Schadensersatz wäre etwa ein Ersatz der Kosten denkbar, die dadurch entstehen können, dass die Rechtsausübung durch den neuen Gläubiger sichergestellt wird, etwa durch Ausstellen eines neuen Tickets mit dem Namen des Zweitkäufers.<sup>38</sup>

Wenn das Recht auf Erfüllung bei der Übertragung nicht als „unsicher“ bezeichnet wird, wird der gutgläubige Verkäufer – bei einer entgeltlichen Übertragung – schadensersatzpflichtig, falls das Recht nicht existiert oder zur Zeit der Abtretung nicht rechtmäßig ist.<sup>39</sup> Für die Insolvenz des Schuldners haftet er dagegen nicht, es sei denn dies wurde ausdrücklich vereinbart oder die Insolvenz trat bereits vor der Abtretung ein und war öffentlich bekannt. Der maßgebliche Artikel 1529 CC lautet weiter: „Sogar in solchen Fällen...“, was Zweifel darüber

---

<sup>34</sup> S. oben, Abschnitt I.5 (“Erfordernis einer Änderung des Tickets?”).

<sup>35</sup> S. oben, Abschnitt I.1 (“Übertragbarkeit”).

<sup>36</sup> *Marco Molina*, “Comentario a los artículos 1526 y 1527”, op. cit., S. 1668.

<sup>37</sup> S. unten, section III.1 (“Beschränkungen der Übertragbarkeit”).

<sup>38</sup> S. oben, Abschnitt I.5 (“Erfordernis einer Änderung des Tickets?”).

<sup>39</sup> Siehe zu unentgeltlichen Abtretungen For gratuitous assignments, see article 638 of the CC.

aufwirft, ob das darauffolgend Ausgeführte alle zuvor genannten Konstellationen umfasst oder nur diejenigen zur Insolvenz.<sup>40</sup> Anschließend regelt die Norm, dass der Zedent nur den Preis ersetzen muss, den er erhalten hat, ferner Kosten des Vertragsschlusses sowie sonstige gerechtfertigte mit dem Verkauf verbundene Aufwendungen. Wenn man daraus davon ausgeht, dass diese Regelung nicht auf die Situation der Nichtexistenz und Unrechtmäßigkeit anzuwenden ist, dann wäre es möglich, die Unwirksamkeit der Abtretung wegen des Fehlens ihrer objektiven Voraussetzungen anzuordnen. In diesem Fall könnte der Zessionar Ersatz des negativen Interesses geltend machen, nach Ansicht einiger sogar des positiven Interesses. Eine andere Möglichkeit wäre es, die Regelung des Art. 1478 CC über die Haftung für Nichterfüllung bei Kaufverträgen anzuwenden. Der Zedent müsste dann den Wert des Rechts ersetzen, den dieses zur Zeit des „Ausschlusses“ hatte – also im Moment, in dem der Gläubiger versucht, sein Recht auszuüben und ihm die Erfüllung verweigert wird –, die Gerichtskosten und sogar entgangene Zinsen oder Erträge sowie Kosten des Vertragsschlusses. Artikel 1529 CC regelt außerdem, dass ein bösgläubiger Zedent bezüglich der Gegenleistung stets für die Erfüllung aller Kosten und Schäden haftet.<sup>41</sup>

### 3. *Der Zweitkäufer*

Den Käufer treffen keine besonderen Verpflichtungen. Er wird durch den Weiterverkaufsvertrag gebunden und muss die hierin festgesetzten Verpflichtungen erfüllen.

## IV. Vertragliche Vereinbarungen

### 4. *Beschränkungen der Übertragbarkeit*

Wie bereits erläutert schreibt Artikel 1112 CC vor, dass persönliche Rechte abtretbar sind, *sofern nichts anderes vereinbart ist*.<sup>42</sup> Daher stellt sich die Frage, welche Wirkung einer Klausel im ursprünglichen Ticketkaufvertrag zukommt, die den Weiterverkauf untersagt. Es gibt zwei verschiedene Auslegungsmöglichkeiten.

---

<sup>40</sup> Für die erste Auslegungsmöglichkeit siehe, *Marco Molina*, „Comentario a los artículos 1529 y 1530“, in: Domínguez Luelmo (Dir.), *Comentarios al Código civil*, Valladolid: Lex Nova, 2010, S. 1672. Dagegen für zweite Ansicht, *Pantaleón*, „Comentario al artículo 1529“, in: Paz Ares, et al. (Dir.), *Comentario del Código civil* (Tome II), 2. Auflage, Madrid: Ministerio de Justicia. Centro de publicaciones, 1993, S. 1032.

<sup>41</sup> *Díez-Picazo*, *Fundamentos II*, op. cit., S. 982-985; siehe auch *Pantaleón*, „Comentario al artículo 1529“, op. cit., S. 1031-1033.

<sup>42</sup> S. oben, Abschnitt I.1 („Übertragbarkeit“).

Nach der ersten, dem *pactum de non cedendo*, hat eine solche Klausel lediglich Wirkung *inter partes*. Die Übertragung des nicht übertragbaren Anspruchs stellt dann einen Vertragsbruch dar und der Übertragende kann auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden. In Bezug auf den Ticketweiterverkauf würde dies bedeuten, dass das Geschäft wirksam wäre, der Zweitkäufer also geschützt wäre; der Weiterverkäufer könnte dagegen in Anspruch genommen werden. Diese Lösung verläuft analog zu jener, die bei einer Verletzung eines Veräußerungsverbots bei Immobilien Anwendung findet, welches bei entgeltlichen Verträgen festgesetzt wird. Die zweite Auslegungsmöglichkeit eines Übertragungsverbotens unterscheidet strikt zwischen einer solchen Klausel und Veräußerungsverboten bei Immobilien. Diese Unterscheidung basiert auf der Auslegung des Artikels 1112 CC, welcher Vereinbarungen über die Nichtübertragbarkeit eines Anspruchs offenbar anerkennt. Nach dieser zweiten Ansicht wäre jede Übertragung unwirksam, sofern das Veräußerungsverbot nicht gegen Treu und Glauben verstößt, einen Rechtsmissbrauch darstellt, oder das damit verfolgte Ziel kein berechtigtes Interesse darstellt, welches gesetzliche zu schützen wäre.<sup>43</sup> Für den Ticketweiterverkauf bedeutet dies, dass der Aussteller des Tickets tatsächlich den Weiterverkauf verbieten könnte, die Übertragung wäre also nicht wirksam und folglich hätte der Käufer kein Recht auf Teilnahme an der Veranstaltung.

Der spanische *Código Civil* enthält kein vollumfängliches Regelungssystem zu Verfügungsbeschränkungen im Allgemeinen. Die maßgebliche Regelung besteht aus der Kombination zweier Artikel des Hypothekengesetzes (*Ley hipotecaria*), welche lediglich Immobilien betreffen, sowie der Artikel 781 und 785 des *Código Civil*, die sich im Abschnitt zum Erbrecht befinden. Obwohl das Hypothekengesetz nur das Eigentum an Immobilien behandelt, sind die Regelungen über Veräußerungsbeschränkungen als auch auf bewegliche Sachen anwendbar anzusehen. Der Grund dafür liegt darin, dass letztere sogar noch mehr Dynamik bedürfen als erstere. Daher müssen die Regelungen für bewegliche Sachen mindestens genauso restriktiv ausgelegt werden wie diejenigen für Immobilien.<sup>44</sup> Es wird sogar vertreten, dass bei beweglichen Sachen alle Übertragungsverbote nicht als Verbote anzusehen seien, sondern lediglich als Verpflichtungen, nicht darüber zu verfügen.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Díez-Picazo, Fundamentos II, op. cit., S. 978 f. Dieser Autor folgt der ersten Auslegung des Artikels 1112 CC, während zweite Ansicht vertreten wird von *Pantaleón*, "Comentario al artículo 1526", in: *Paz Ares*, et al. (Dirs.), *Comentario del Código civil* (Tome II), w. Auflage, Madrid: Ministerio de Justicia. Centro de publicaciones, 1993, S. 1023 f.

<sup>44</sup> *Albaladejo*, op. cit., S. 276.

<sup>45</sup> *Díez-Picazo*, Fundamentos III, op. cit., S. 947.

Unter bestimmten Voraussetzungen werden Beschränkungen hinsichtlich der Verfügung, des Verkaufs oder der Übertragung von Immobilien im Spanischen Grundbuch eingetragen. Auf Artikel 26 LH wird hier nicht näher eingegangen, da es lediglich gesetzliche, gerichtliche und behördliche Verfügungsverbote behandelt, sowie solche Verbote, die durch einen Erblasser oder Schenker bei unentgeltlichen Rechtshandlungen auferlegt werden. Für Rechtshandlungen und Verträge, welche nicht unter Artikel 26 LH fallen, bestimmt Artikel 27, dass Verfügungsbeschränkungen, Verkaufs- oder Übertragungsbeschränkungen für Immobilien nicht im Grundbuch eingetragen werden, unbeschadet jedoch einer etwaigen Sicherung durch eine Hypothek oder eine sonstige dingliche Sicherheit.<sup>46</sup> Nach herrschender Ansicht ergibt sich aus dem Sinn und Zweck des Gesetzes außerdem folgende weitere Voraussetzung für Veräußerungsbeschränkungen. Für ein Verfügungsverbot muss ein berechtigtes Interesse des Übertragenden oder einer anderen Person vorliegen, ein Verfügungsverbot nach Belieben aufzuerlegen genügt nicht. Das Vorliegen eines berechtigten Interesses wird jedoch vermutet, es muss also nicht ausdrücklich bezeichnet werden.<sup>47</sup>

Das Fazit der soeben dargestellten Regelungen ist, dass Verfügungsbeschränkungen bei entgeltlichen Verträgen wirksam sind, aber keine dinglichen Wirkungen haben, sondern bloße Verpflichtungen zur Unterlassung von Verfügungen darstellen. Dies bedeutet, dass die Übertragung einer beweglichen Sache oder einer Immobilie ein Vertragsbruch ist und gegebenenfalls zu einer Schadensersatzpflicht führt, die verbotswidrige Übertragung jedoch wirksam bleibt.<sup>48</sup> Sollten Tickets als bewegliche Sachen angesehen und behandelt werden, wäre dies die Regelung, der sie unterlägen. Ein vertragliches Verbot des Ticketweiterverkaufs wäre dann kein wirkliches Verbot, das den Weiterverkauf unwirksam werden ließe. Der Erstkäufer wäre an die Verpflichtung gebunden, nicht weiterzuverkaufen und könnte sich gegebenenfalls schadensersatzpflichtig machen.

##### 5. *Neuausstellung von Tickets*

Es stellt sich die Frage, ob die Parteien – konkret der Aussteller des Tickets – selbst entscheiden kann, das Ticket in ein echtes Wertpapier zu verwandeln. Wäre dies der Fall, fände eine vollständige Vergegenständlichung des Rechts auf

---

<sup>46</sup> Gemeint ist jeweils die englische Version des spanischen Hypothekengesetzes von 2010 des Spanisches Justizministeriums, verfügbar unter <http://world.moleg.go.kr/fl/download/11326/BI95WYDWMMAID6XFEQL2Z>.

<sup>47</sup> *Albaladejo*, op. cit., S. 272-274.

<sup>48</sup> *Santos Briz*, op. cit., S. 147 f.; *Albaladejo*, op. cit., S. 274 f.; *Díez-Picazo*, *Fundamentos III*, op. cit., S. 945-948.

Teilnahme an der Veranstaltung statt und die Übertragung unterfiele den Regeln der Übertragung beweglicher Sachen.<sup>49</sup> Die entscheidende Frage betrifft also die Möglichkeit der Erstellung von Wertpapieren.

Auf den ersten Blick scheint die Ausgestaltung von Tickets als Wertpapiere möglich. Möglicherweise ist dies nicht ganz so einfach, wenn der Name des Rechtsinhabers darauf vermerkt ist; wenn das Ticket jedoch keinen Namen aufweist, spricht die Eignung auf eine unkomplizierte Übertragbarkeit für eine solche Möglichkeit. Der Aussteller sollte sich darüber im Klaren sein, dass es im heutigen Internetzeitalter sehr einfach ist, ein Ticket zu übertragen. Eine Ausstellung ohne Angabe des Namens könnte daher dazu führen, dass stillschweigend ein Inhaberticket angenommen wird, welches weiterverkauft werden könnte. Wenn die Identität des Gläubigers auf dem Ticket nicht angegeben ist, kann in der Tat davon ausgegangen werden, dass sein Verkehrswert steigt. Der Weiterverkauf wird dann zu einem vorhersehbaren Zweck des Tickets und der Aussteller kann vernünftigerweise davon ausgehen, dass das Ticket gerade gekauft wird, um auf einem Zweitmarkt zur Gewinnerzielung übertragen zu werden. Dennoch kann immer behauptet werden, Tickets würden nie ausgestellt, um übertragen zu werden – zumindest abgesehen von der ihrer Funktion als Erinnerungsstücke.<sup>50</sup> Die Regelung des Artikel 1527 CC – wonach eine Leistungserbringung an den ursprünglichen Gläubiger vor Kenntnis der Abtretung schuldbefreiend wirkt – stellt eine Regelung zum Schutz des Schuldners dar. Wenn der Schuldner damit rechnen kann, dass der Anspruch abgetreten wird, ändert sich der Zweck dieser Vorschrift – die Position etwaiger Zessionare wird gestärkt zu Gunsten der Übertragung des Anspruchs. Aus diesem Grund ist Artikel 1527 CC nicht auf Wertpapiere anwendbar. Aber die bloße Tatsache, dass ein Vorzeigen des Tickets für einen Zugang zur Veranstaltung erforderlich ist, sollte nicht dazu führen, von der in Artikel 1527 CC dargestellten Regel abzuweichen, und das Ticket in ein echtes Wertpapier umzuwandeln. Das maßgebliche Kriterium ist vielmehr, ob das Ticket besonders für die Übertragung geeignet ist, also eine Tatsache, die nicht einfach beschlossen werden kann.<sup>51</sup>

Eine tiefgehende Analyse offenbart ein weiteres Problem bei einer Qualifikation von Tickets als echte Wertpapiere im spanischen Recht. Der entscheidende Punkt liegt in der Wiederausstellung des Tickets, dem bereits erwähnten „*amortización*-Verfahren“.<sup>52</sup> Bei reinen Wertpapieren liegt die einzige Möglichkeit der Rechtsausübung in der Vorlage bzw. Präsentation des Dokuments, weshalb es sinnvoll ist, ein Verfahren zur Ungültigerklärung eines verloren

---

49 *Uría*, op. cit., S. 797.

50 *Alfaro*, „Los títulos-valores y el pasado como futuro“, op. cit.

51 *Pérez Millán*, op. cit., S. 381-384.

52 S. oben, Abschnitt I.1 („Übertragbarkeit“).

gegangenen, gestohlenen oder zerstörten Dokuments und zur Ausstellung eines neuen vorzusehen. Es wird daher zu Recht davon ausgegangen, dass ein Dokument als echtes Wertpapier zu qualifizieren ist, wenn ein solches öffentliches Verfahren dank eines vom Gesetzgeber direkt und indirekt vorgesehenen Systems möglich ist.<sup>53</sup> Bei Tickets wäre dieses Verfahren im spanischen Recht zwar theoretisch denkbar, aber in der Praxis völlig nutzlos und ungeeignet. Dieses Verfahren wird derzeit durch das Gesetz 15/2015 vom 2. Juli 2015 über die freiwillige Gerichtsbarkeit,<sup>54</sup> wobei insbesondere Artikel 135.8 relevant ist. Dieser regelt, dass „wenn ein Jahr ohne Widerspruch vergangen ist, der Urkundsbeamte den Aussteller anweisen soll, neue Dokumente [*títulos*] auszustellen und dem Antragsteller auszuhändigen“. Jemand, der nicht mehr im Besitz seines Tickets ist und daher ein neues möchte, um sein Recht auf Teilnahme an der Veranstaltung auszuüben, scheint also ein ganzes Jahr darauf warten zu müssen. Freiwillig kann der Veranstalter offensichtlich aber auch schon vorher ein neues Ticket ausstellen. In den meisten Fällen wird die Veranstaltung nach Ablauf des Jahres dann schon stattgefunden haben und der Rechtsinhaber wird dann kein Interesse mehr an einem neuen Ticket haben. Abschließend lässt sich also sagen, dass es sehr zweifelhaft erscheint, dass das Spanische Recht es ermögliche ein Ticket als echtes Wertpapier auszustellen und den Regelungen über bewegliche Sachen zu unterwerfen.

## V. Technische Ausgestaltung

Soweit ersichtlich gibt es bislang keine spezifischen Äußerungen zu den technischen Gesichtspunkten der Ticketübertragung. Ein wichtiger Punkt in dieser Hinsicht ist jedenfalls, dass es aus Kundensicht schwierig zu unterscheiden ist, wann der Vertrag mit einem offiziellen, durch den Veranstalter autorisierten, Tickethändler, zustande kommt und wann mit einer Plattform, die lediglich als Intermediär im Zusammenhang mit dem Ticketzweitverkauf auftritt. Diese Frage der *Transparenz* führt in Spanien offenbar nicht zu Problemen, wie jüngste Fälle zeigten, in denen die Beschwerden bezüglich des Ticketweiterverkaufs präsenter wurden. Die Tickets für eine Veranstaltung waren – vermeintlich – schnell ausverkauft und tauchten dann unverzüglich auf einer Weiterverkaufsplattform auf; diese Plattform war ein Tochterunternehmen eines anderen Unternehmens, das

---

<sup>53</sup> *Alfaro*, “El concepto de título-valor”, op. cit.; *Alfaro*, “Los títulos-valores y el pasado como futuro”, op. cit.

<sup>54</sup> Eine englische Version des spanischen Justizministeriums aus dem Jahr 2015 zu diesem Gesetz kann unter folgendem Link erworben werden: <https://tiendaonline.mjusticia.gob.es/Tienda/mostrarDetallePublicaciones.action?idPublicacion=10750>.

offizieller Tickethändler war. Eben diese Verflechtung zwischen den Unternehmen rief einen Betrugsverdacht hervor, und ein Verbraucherverband forderte Ermittlungen.<sup>55</sup>

## VI. Besondere Vorschriften

Auf nationaler Ebene findet sich die Regelung zum Ticketweiterverkauf in der Verordnung (*real decreto*) 2816/1982 vom 27. August 1982, in den Allgemeinen Vorschriften über die Kontrolle öffentlicher Veranstaltungen und Freizeitangebote. Artikel 67.2 schreibt vor, dass „der Verkauf und Weiterverkauf auf der Straße streng verboten ist“, wobei eine Verletzung mit dem Entzug des Tickets und einem Bußgeld geahndet wird. Gemäß Artikel 81.34 stellt es eine sanktionsbewehrte Verletzung der Verordnung dar, Tickets im Reisegewerbe oder im Straßenverkauf weiterzuverkaufen und höhere als die zugelassenen Preise zu verlangen. Einige legen Artikel 81.34 so aus, dass der Ticketweiterverkauf zu einem Preis unter dem ursprünglichen Verkaufspreis keinen Sanktionen unterliegt.<sup>56</sup> Diese Ansicht basiert wohl auf der Tatsache, dass sich einige Vorschriften sowohl auf den Weiterverkauf, als auch auf das Festsetzen überhöhter Preise beziehen.

Nach einer anderen Ansicht sei diese Norm dagegen aus guten Gründen folgendermaßen auszulegen. Danach stehe Artikel 81.34 mit Artikel 67.1 der Verordnung in Zusammenhang, welcher regelt, dass die Ermächtigung von Unternehmen zum Verkauf von Tickets an bestimmten Orten auf bestimmte Gruppierungen innerhalb gewisser Beschränkungen ausgeweitet werden können. Eine der Beschränkungen ist, dass der Preisaufschlag beim Zweitverkauf durch die autorisierten Unternehmen 20 Prozent des Ticketpreises an der Theaterkasse oder beim Veranstaltungsunternehmen selbst nicht überschreiten darf. Dieser Zusammenhang zeige, dass das Verbot höherer Preise in Artikel 81.34 der Verordnung nicht auf den Weiterverkauf im Allgemeinen anwendbar sei, auf den in Artikel 67.2 Bezug genommen wird, sondern nur auf den Weiterverkauf durch autorisierte Unternehmen im Sinne des Artikels 67.1. Es müsse beachtet werden, dass Artikel 67.2 der Verordnung den Straßenverkauf und -weiterverkauf von Tickets generell (*terminantemente*) verbietet. Das heißt, dass der Weiterverkauf sogar dann untersagt wäre, wenn der Weiterverkäufer einen Preis unter dem ursprünglichen Kaufpreis verlangt. Gleichwohl kann nicht von Freiheitsbeschränkungen oder Verstößen ausgegangen werden. Solche müssten nämlich hinreichend bestimmt sein. Da letztlich Zweifel hinsichtlich des

---

<sup>55</sup> [https://www.facua.org/es/noticia\\_int.php?idioma=1&Id=10118](https://www.facua.org/es/noticia_int.php?idioma=1&Id=10118);  
<https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=10909>.

<sup>56</sup> <https://twitter.com/davidmaeztu/status/850300626709995520>.

Verhältnisses zwischen Artikel 67 und 81.34 bestehen bleiben, kann man einen Ticketweiterverkauf ohne Gewinnerzielung nicht als Verstoß qualifizieren.

Die königliche Verordnung enthält keine ausdrücklichen Aussagen zum Regelungszweck der Artikel 67 und 81.34. Der Normtext als Ganzes zeigt jedoch, dass die Regelungen vor allem wegen allgemeiner Probleme bei Veranstaltungen sowie aufgrund von Bedenken in der Gesellschaft angepasst werden sollen.

Außerdem dient die Verordnung der Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung und dem Schutz von Personen und Gütern. Gleichzeitig regelt Artikel 1.3, dass die Verordnung gegenüber besonderen Gesetzen zur Sicherstellung der öffentlichen Gesundheit und Sicherheit der Bürger, zum Schutz Kinder und Jugendlicher, zur Verteidigung öffentlicher Interessen, zum Brandschutz und zur Abwehr allgemeiner Gefahren subsidiär ist. Vor diesem Hintergrund und wenn man bedenkt, dass die Verordnung ausschließlich den Ticketverkauf und -weiterverkauf auf der *Straße* untersagt, so ist vernünftigerweise der Schluss zu ziehen, dass der Gesetzgeber vor allem Tumulte auf öffentlichen Plätzen verhindern wollte und weniger den Ticketweiterverkauf als solchen regulieren wollte. Letztendlich wird der Weiterverkauf über den Weg des Fernabsatzes, bei dem die Tickets per Post versandt werden, nicht verboten.<sup>57</sup> Wenn das gesetzgeberische Ziel tatsächlich die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung war, wurde dieses durchaus erreicht. Ein Weiterverkauf der Tickets durch Straßenverkäufer existiert noch – aber nur noch in begrenztem Umfang, da das Internet den Weiterverkauf vereinfacht und weniger riskant macht – aber die Straßenverkäufer sind äußerst vorsichtig und gehen sehr diskret vor. Zu Tumulten kommt es nie.

Heute ist die zentrale Frage, ob Artikel 67 der Verordnung – wenn er „vor dem Hintergrund seines Kontextes, seiner historischen und gesetzgeberischen Vorgeschichte und der gesellschaftlichen Realität der jeweils aktuellen Zeit ausgelegt wird, vor allem mit Blick auf seinen Sinn und Zweck (wie es Artikel 3.1 CC für Rechtsvorschriften allgemein vorschreibt) – uns veranlassen sollte, den Ticketweiterverkauf als auch im Internet verboten anzusehen.<sup>58</sup> Nach Ansicht einiger sei dies zu bejahen,<sup>59</sup> andere vertreten mit der überzeugenderen Argumentation das Gegenteil.<sup>60</sup> Hierfür sprechen zwei Argumente, welche beide bereits dargestellt wurden. Zum einen bezweckt das Verbot des

---

<sup>57</sup> <http://www.abc.es/economia/20140407/abci-reventa-entradas-internet-201404062058.html>.

<sup>58</sup> Pacheco Jiménez, „La web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad“, Revista CESCO de Derecho de consumo, Nr. 17, 2016, S. 81.

<sup>59</sup> [https://verne.elpais.com/verne/2016/01/05/articulo/1451994840\\_555589.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/01/05/articulo/1451994840_555589.html).

<sup>60</sup> López Prado, „La reventa de entradas por Internet, al filo de la ley“, Blog ECJA 2.0 — Legal Today, 21. März 2017. Verfügbar unter <http://www.legaltoday.com/blogs/nuevas-tecnologias/blog-ecija-2-0/la-reventa-de-entradas-por-internet-al-filo-de-la-ley>.

Straßenweiterverkaufs von Tickets die Aufrechterhaltung der Ordnung im öffentlichen Raum. Und zum anderen ist in liberalen Demokratien grundsätzlich alles, was nicht ausdrücklich verboten ist, erlaubt.

Nach dieser Darstellung der nationalen Gesetzgebung sollen nun die Regelungen auf regionaler Ebene behandelt werden. Viele autonome Regionen haben neuere Vorschriften über den Ticketzweitmarkt erlassen, die über die Königliche Verordnung 2816/1982 hinausgehen.

Einige Regionen verbieten lediglich den Verkauf und Weiterverkauf auf der Straße. Dies ist der Fall in den Regionen Aragon (Artikel 38.6 des Gesetzes 11/2005 vom 28. Dezember 2005), Castile-Leon (Artikel 18.4 des Gesetzes 7/2006 vom 2. Oktober 2006), La Rioja (Artikel 31.6 des Gesetzes 4/2000 vom 25. Oktober 2000) und Valencia (Artikel 38.6 des Gesetzes 14/2010 vom 3. Dezember 2010 und Artikel 251 der Verordnung 143/2005 vom 11. September 2005). Bei diesen Regionen wäre es nicht vertretbar zu behaupten, das Verbot betreffe auch den Verkauf übers Internet. 1982 konnte der spanische Gesetzgeber dies noch nicht wissen, heute könnte der aktuelle Gesetzgeber dies jedoch durchaus erwähnen.

Andere Regionen haben dagegen keine spezifischen Vorschriften zum Ticketzweitmarkt, so etwa Extremadura,<sup>61</sup> die Region Murcia<sup>62</sup> sowie die autonomen Städte Ceuta und Melilla. Die Balearen haben keine ausdrückliche Regelung zum Ticketzweitmarkt. Unter den speziellen Maßnahmen, die bei Vorliegen einer Gefahr ergriffen werden können, findet sich aber auch das Sicherstellen von Tickets, die „verkauft, weiterverkauft oder über den Straßenverkauf verkauft werden“ (Artikel 91.2.d) des Gesetzes 7/2013 vom 26. November 2013). Das heißt der Onlinezweitmarkt für Tickets wird stillschweigend zugelassen.

Andalusien untersagt den Ticketweiterverkauf (ohne nähere Konkretisierung), sofern dieser nicht dem entsprechenden durch die Verwaltung vorgegebenen Vorgehen entspricht; das heißt, der Weiterverkauf ist dann erlaubt, wenn dem Weiterverkäufer eine Zulassung erteilt wurde (Artikel 20.10 des Gesetzes 13/1999 vom 15. Dezember 1999). Ähnlich gestaltet sich auch die Regelung auf den Kanarischen Inseln; hier stellt der Ticketweiterverkauf eine Ordnungswidrigkeit dar, wenn er nicht genehmigt wurde (Artikel 63.12 des Gesetzes 7/2011 vom 5. April 2011). Kastilien-La Mancha verbiete den nicht genehmigten Weiterverkauf von Tickets ebenfalls vollständig (Artikel 47.9 des Gesetzes 7/2011 vom 21. März 2011). Katalonien verbietet den Weiterverkauf an Verkaufsorten, die nicht durch die Berechtigten, den Betreiber oder den Veranstalter autorisiert sind; den Onlineverkauf und -weiterverkauf von Tickets unterwirft Katalonien dagegen den Vorschriften zum e-Commerce (Artikel 21.2 und 21.3 des Gesetzes 11/2009 vom

---

<sup>61</sup> Siehe Gesetz 4/2016 vom 6. Mai 2016.

<sup>62</sup> Siehe Gesetz 2/2011 vom 2. März 2011.

6. Juli 2009). Die Katalanische Verordnung 112/2010 vom 31. August 2010, die die eben genannte bisherige Regelung weiterentwickeln soll, verbietet den Verkauf und Weiterverkauf auf der Straße und unterwirft den *Onlineticketverkauf* den e-Commerce-Vorschriften (Artikel 90.2 und 90.3). Es existiert jedoch ein Katalanischer Gesetzesentwurf von 2016, der den persönlichen Ticketweiterverkauf, den Weiterverkauf an Verkaufsstandorten sowie über Onlineplattformen untersagt, sofern dieser nicht durch den Berechtigten, Betreiber oder Veranstalter (Artikel 15.2) genehmigt ist.<sup>63</sup> In der Region Madrid ist der Straßenverkauf und –weiterverkauf von Tickets generell erboten. Der Onlineweiterverkauf ist dagegen erlaubt, sofern er durch die regionale Verwaltungsbehörde zugelassen ist – diese wird die Zulassung wiederum nur dann erteilen, wenn der Veranstalter dem zugestimmt hat – wobei gewisse Beschränkungen hinsichtlich der verfügbaren Tickets und des zulässigen Preises existieren (Artikel 24.3 des Gesetzes 17/1997 vom 4. Juli 1997).

Unlängst, am 27. Dezember 2017, hat Galizien das hier ebenfalls einschlägige Gesetz 10/2017 verabschiedet, welches am 2. Juli 2018 in Kraft treten wird.<sup>64</sup> Art. 18.4 dieses Gesetzes verbieten ausdrücklich den Weiterverkauf von Tickets und zwar sowohl in Papierform als auch in elektronischer Form. Art. 18.5 des Gesetzes definiert dazu den Weiterverkauf als Verkauf mit dem Zweck der Gewinnerzielung („la venta de las adquiridas con la finalidad de obtener beneficio económico“). Zudem ordnet die Vorschrift an, daß von einem Gewinnerzielungszweck auszugehen ist, wenn der Weiterverkaufspreis höher ist als der ursprüngliche Ticketpreis.

Navarra verbietet sowohl den Weiterverkauf auf der Straße als auch einen Weiterverkauf mit einem Preisaufschlag gegenüber dem ursprünglich durch den Veranstalter festgesetzten Preis; der Online-Ticketweiterverkauf zum ursprünglichen oder einem niedrigeren Preis ist folglich erlaubt (Artikel 11.2 des Gesetzes 2/1989 vom 13. März 1989). Im Baskenland ist der Ticketweiterverkauf übers Internet zu einem Preis über dem ursprünglichen untersagt (Artikel 17.1.d) des Gesetzes 10/2015 vom 23. Dezember 2015). Asturien scheint den Weiterverkauf von Tickets generell zu verbieten sowie außerdem den Straßenticketverkauf (Artikel 26.1.b) des Gesetzes 8/2002 vom 21. Oktober 2002). Diese Vorschrift spricht von „*reventa y venta ambulante de entradas*“ und da „ambulante“ (wörtlich „reisend“ oder „mobil“) im Singular steht, scheint es sich lediglich auf den Verkauf (*venta*) zu beziehen. Man könnte jedoch argumentieren, dass das Verbot des Weiterverkaufs über den Fernabsatz und der Onlineweiterverkauf von Tickets nicht bestimmt genug sei und daher

---

<sup>63</sup> Verfügbar unter <https://www.parlament.cat/document/bopc/167819.pdf#page=16>.

<sup>64</sup> Verfügbar unter [https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2018/20180102/AnuncioC3B0-271217-0001\\_es.pdf](https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2018/20180102/AnuncioC3B0-271217-0001_es.pdf).

schlussfolgern, dass lediglich der Straßenverkauf verboten sei. Kantabrien hat dagegen ausdrücklich jegliche Art des Ticketweiterverkaufs untersagt, sodass eine Ermächtigung durch den Veranstalter wirkungslos ist (Artikel 38.6 des Gesetzes 3/2017 vom 5. April).<sup>65</sup>

Die unterschiedlichen regionalen Regelungen spiegeln die verschiedenen Zielsetzungen der Gesetzgeber wieder. Ausdrücklich sind diese leider nicht in den Gesetzen genannt. Gleichzeitig existieren kaum empirische Erhebungen zu den Reaktionen spanischer Verbraucher zu den Vorschriften über den Ticketzweitmarkt. Es soll jedoch auf eine in Katalonien durchgeführte Studie der *Asociación de Internautas* (eine Vereinigung von Internetnutzern) aus dem Jahr 2014 hingewiesen werden. Dieser Studie nach scheinen die meisten Verbraucher nicht mit der katalanischen Regelung einverstanden zu sein, welche den Ticketweiterverkauf untersagt, sofern der Veranstalter ihn nicht genehmigt. 52,1 % der Befragten sind der Überzeugung, dass sie berechtigt sein sollten, die Tickets, die sie gekauft haben, weiter zu verkaufen. Lediglich 28,2 % halten es für richtig, dass der Veranstalter die Art und Weise des Weiterverkaufs einschränken kann, und 19,7 % machten keine Angaben. Die Studie offenbart außerdem: Je jünger eine Person ist, desto eher ist sie der Überzeugung, dass sie über ihr Ticket nach Belieben verfügen können soll.<sup>66</sup>

## VII.Fazit

Hinsichtlich ihrer Rechtsnatur sind Tickets in Spanien niemals echte Wertpapiere; ebensowenig sind sie aber immer nur bloße Anspruchsbescheinigungen. Bezüglich der *Ausübung des Rechts* tritt das Ticket – falls der Schuldner für den Zutritt zur Veranstaltung ein Vorzeigen verlangt – als Wertpapier auf. Falls der Schuldner dies nicht fordert, stellt es eine einfache Anspruchsbescheinigung dar. Bezüglich ihrer *Übertragung* sind Tickets dagegen stets Anspruchsberechtigungen und die Vorschriften der Abtretung sind anwendbar.

Auf den ersten Blick könnte man meinen, dass diese Regelung nachfolgende Käufer eines Tickets weniger schützt, wenn ein Vorzeigen nicht erforderlich ist. Ein Weiterverkäufer könnte nämlich am Veranstaltungsort behaupten, er hätte sein

---

<sup>65</sup> Zu den verschiedenen regionalen Ausgestaltungen der Regelungen in Spanien siehe [https://verne.elpais.com/verne/2016/01/05/articulo/1451994840\\_555589.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/01/05/articulo/1451994840_555589.html); [http://www.abc.es/economia/abci-reventa-entradas-internet-ilegal-o-no-funcion-comunidad-autonoma-201604122318\\_noticia.html](http://www.abc.es/economia/abci-reventa-entradas-internet-ilegal-o-no-funcion-comunidad-autonoma-201604122318_noticia.html); <https://twitter.com/davidmaeztu/status/850300626709995520>.

<sup>66</sup> Asociación de Internautas, Studie “Opinión de consumidores sobre la compra y la reventa de entradas en Internet”, Januar 2014, S. 7. Die Studie ist abrufbar unter [https://www.internautas.org/archivos/informe\\_reventa\\_entradas.pdf](https://www.internautas.org/archivos/informe_reventa_entradas.pdf).

Ticket verloren, einen Beweis dafür vorlegen, dass er es einmal erworben hatte (z.B. eine E-Mail zur Kaufbestätigung) und so Zugang erhalten. Der Veranstalter könnte dann das angeblich verloren gegangene Ticket entwerten und würde dem letzten Käufer den Zugang verweigern. Gemäß Artikel 1527 CC würde der Veranstalter damit von seiner Verpflichtung frei, da er an den ursprünglichen Gläubiger geleistet hat, bevor er Kenntnis von der Abtretung erlangt hat. Da der Veranstalter das Vorzeigen des Tickets aber fast immer zur zwingenden Voraussetzung für den Zugang zur Veranstaltung macht, ist das Risiko für den nachfolgenden Käufer eher theoretischer als praktischer Natur. Außerdem kann man auch argumentieren, dass Tickets nicht für den Verkehr gedacht sind, sodass Artikel 1527 CC angesichts der infragestehenden Interessen die geeignete Regelung darstellt.

Der Inhaber des Rechts auf Erfüllung einer Verpflichtung hat grundsätzlich auch die Verfügungsbefugnis (*ius disponendi*), das Spanische Recht lässt aber vertragliche Abtretungsverbote zu (*pacta de non cedendo*). Es existieren zwei unterschiedliche Auffassungen über die Wirkung eines solchen vertraglichen Abtretungsverbotes; und welcher Ansicht man folgt, hat bedeutende Auswirkungen auf den Ticketweiterverkauf. Schreibt man einer solchen vertraglichen Vereinbarung absolute Wirkung zu, hat der Gläubiger kein Verfügungsrecht (*ius disponendi*), Abtretungen sind also unwirksam und somit letztlich auch der Ticketweiterverkauf. Spätere Erwerber haben dann kein Recht auf Zugang zur Veranstaltung. Geht man dagegen lediglich von einer Wirkung *inter partes* des Abtretungsverbots aus, hat der Gläubiger weiterhin Verfügungsbefugnis über sein Recht; eine Abtretung stellt aber eine Verletzung der Vertragspflichten dar. In diesem Fall würden nachfolgende Käufer des Tickets zur Veranstaltung zugelassen und der Weiterverkäufer müsste gegebenenfalls Schadensersatz leisten.

Es ist jedoch äußerst schwierig, den Schaden eines Veranstalters zu beziffern, der im Vertrag ein Übertragungsverbot vorsieht. Bereits die Feststellung, ob überhaupt ein Schaden entstanden ist, stellt eine Herausforderung dar. Denn der Verkäufer hat den von ihm festgesetzten ursprünglichen Kaufpreis ja bereits erhalten und ein Weiterverkauf schmälert – jedenfalls auf den ersten Blick – seine Einnahmen daher nicht. Es dürfte sich somit ziemlich schwierig gestalten, einen Schadensersatzanspruch durchzusetzen, weil diejenigen, die den ursprünglichen Preis festgesetzt haben, diesen sicherlich ganz einfach höher angesetzt hätten, wenn sie wirklich davon ausgegangen wären, einen höheren Gewinn machen zu können. Folgt man dieser Argumentation, so basiert der Gewinn der Ticketweiterverkäufer lediglich darauf, dass sie ein Risiko auf sich nehmen, welches der ursprüngliche Verkäufer nicht auf sich nehmen wollte. Dies führt zu einer viel positiveren Sicht auf den Ticketzweitmarkt; denn Preisanstiege führen dazu, dass die tatsächlichen Teilnehmer genau diejenigen sind, die die

Veranstaltung am meisten schätzen, schließlich sind sie diejenigen, die bereit sind, einen höheren Betrag zu zahlen.

Ohne Zweifel birgt der Ticketzweitmarkt Risiken, wie etwa einen Betrug oder Preissteigerungen.<sup>67</sup> Nach der Studie einer spanischen Ticketplattform ist der meistgenannte Grund, keine Tickets auf dem Zweitmarkt zu kaufen jedoch die mangelnde Sicherheit, gefolgt von hohen Preisen.<sup>68</sup> Demnach sind sich spanische Verbraucher offenbar der Risiken bewusst und beziehen diese in ihre ökonomischen Entscheidungen mit ein. Wem das Risiko oder der Preis zu hoch sind, kann und wird sich nicht auf einen solchen Zweitverkauf einlassen. Vor diesem Hintergrund verwundet es nicht, dass einige Plattformen für den Ticketzweitmarkt ihre Bemühungen um Sicherheit und die Rechte der Käufer hervorheben.<sup>69</sup>

Wäre eine weitergehende Regelung wirklich ein Mehrwert gegenüber dieser marktbasierter Lösung? Wäre es wirklich zielführender, die rechtlichen Regelungen zu vereinheitlichen und zu harmonisieren, und somit gleichzeitig den Wettbewerb einzuschränken? Diese beiden Fragen werden wohl bald durch den spanischen Gesetzgeber zu beantworten sein.

---

<sup>67</sup> Pacheco Jiménez, op. cit., S. 80 f.

<sup>68</sup> [http://www.huffingtonpost.es/2017/06/19/reventa-en-entradas-en-espana-quien-vende-quien-compra-y-cuant\\_a\\_22489524/](http://www.huffingtonpost.es/2017/06/19/reventa-en-entradas-en-espana-quien-vende-quien-compra-y-cuant_a_22489524/).

<sup>69</sup> <http://www.20minutos.es/noticia/2966544/0/reventa-entradas-online-soga-cuello/>;  
[https://elpais.com/ccaa/2017/08/01/catalunya/1501618064\\_880406.html](https://elpais.com/ccaa/2017/08/01/catalunya/1501618064_880406.html).

---

## G. Ticketzweitmarkt: Länderbericht UK

*Professor Christian Twigg-Flesner, Warwick<sup>1</sup>*

### I. Allgemeine Anmerkungen

Der Ticketzweitmarkt erlangte im Parlament des Vereinigten Königreichs große Aufmerksamkeit und in den vergangenen zwölf Jahren wurden diverse Berichte verschiedener Behörden veröffentlicht. Die Kartellbehörde (*Office of Fair Trading, OFT*) befasste sich beispielsweise im Jahr 2005 in einem allgemeinen Bericht über Ticketanbieter mit dem Ticketzweitmarkt.<sup>2</sup> In der Sitzungsperiode 2007/2008 wurde durch einen Sonderausschuss des Unterhauses („*House of Commons Select Committee, „CMSC“*“) eine Untersuchung durchgeführt.<sup>3</sup> Und in jüngster Zeit wurde etwa im Jahr 2016 ein unabhängiger Bericht zu Verbraucherschutzfragen veröffentlicht,<sup>4</sup> dem im März 2017 eine Antwort der Regierung folgte.<sup>5</sup> Zuletzt brachte das Parlament im Mai 2017 ein Themenpapier heraus, das die aktuelle Situation darstellt und die wesentlichen Entwicklungen bis zum heutigen Zeitpunkt nachzeichnet.<sup>6</sup> An geeigneten Stellen wird im vorliegenden Länderbericht auf dieses Themenpapier Bezug genommen werden.<sup>7</sup>

Insgesamt legen die Berichte etliche wiederkehrende Probleme des Ticketzweitmarkts offen. Diese sind:

- Fragen der Preisgestaltung, konkret das Ausmaß des Preisaufschlags auf den Ausgabepreis eines Tickets durch den Weiterverkäufer
- Die Übertragbarkeit von Tickets: die Erwartung von Verbrauchern, die von ihnen gekauften Tickets durch Weiterverkauf übertragen zu können,

---

<sup>1</sup> Für die Übersetzung ins Deutsche danke ich Frau cand.iur. Veronika Thalhammer. Für alle verbleibenden Fehler zeichne ich verantwortlich.

<sup>2</sup> Office of Fair Trading, Ticket Agents in the UK – OFT 762, Januar 2005.

<sup>3</sup> House of Commons – Culture, Media and Sport Committee, Ticket Touting, HC 202 2007-8, 10. Januar 2008.

<sup>4</sup> *M. Watterson*, Independent Review of Consumer Protection Measures concerning Online Ticketing Facilities (Mai 2016) IND 16/7.

<sup>5</sup> Antwort der Regierung auf den Unabhängigen Bericht von Professor Watterson (März 2017).

<sup>6</sup> *L Conway*, Secondary Ticketing, House of Commons Library Briefing Paper CBP4715, 9. Mai 2017. In diesem Briefingdokument findet sich auf S. 8 ein Fehler: Die Vorschriften zu Preisangaben (Ticketweiterverkauf) von 1994 traten am 27. Mai außer Kraft, als das *CPUTR* 2008 (Sch. 4(1) para 1) s. 26 des *Consumer Protection Acts* 1987 (die Ermächtigungsvorschriften für die Regulierungen) außer Kraft setzte.

<sup>7</sup> Eine verdeckte Untersuchung auf dem Ticketzweitmarkt wurde auf dem Channel 4 gesendet: Dispatches, The Great Ticket Scandal, 2012.

entgegen den Vereinbarungen und Bedingungen des ursprünglichen Vertrages, welche die Übertragbarkeit ausschließen.

- Die Echtheit des Zweitverkäufers: Bedenken hinsichtlich der wahren Identität des Zweitverkäufers, d.h. ob er wirklich Verbraucher ist, der überschüssige Tickets verkaufen will oder selbst doch nicht an der Veranstaltung teilnehmen kann, oder ein professioneller Anbieter, der eine große Anzahl an Tickets erworben hat einzig mit dem Zweck, diese mit einem hohen Preiszuschlag weiterzuverkaufen. Es wurden Bedenken darüber geäußert, dass in einigen Fällen durch die Veranstalter eine beträchtliche Anzahl an Tickets direkt an Ticketzweitmarktwebsites vergeben wurden.
- Existenz der Tickets: Unsicherheit darüber, ob bestimmte vom Weiterverkäufer angebotene Tickets überhaupt existierten; in einigen Beispielfällen werden Tickets angeboten, bevor sie überhaupt offiziell ausgegeben wurden, was auf spekulative Zweitverkäufe durch einige der Ticketzweitmarktwebsites schließen lässt („zukünftige“).<sup>8</sup>
- Und allgemein beraubt die Tatsache, dass Tickets allein zum Zwecke des Weiterverkaufs erworben werden, wirkliche Fans der Möglichkeit, Tickets zum ursprünglichen Ausgabepreis zu kaufen und erschwert der Zielgruppe die Teilnahme an der Veranstaltung.<sup>9</sup>

Ein wichtiges Merkmal in der politischen Diskussion war, dass niemand ein vollständiges Verbot des Ticketweiterverkaufs in Betracht zu ziehen wollte. Teilweise wurde der Ticketweiterverkauf bei bestimmten Sportevents verboten,<sup>10</sup> aber es gab keine Bestrebungen, den Ticketzweitmarkt generell zu untersagen. Vielmehr bestand der Grundkonsens auf politischer Ebene in der Bemühung um einen adäquaten Schutz der Verbraucher und darum, dass bestehende Verbraucherschutzgesetze umfassend auf Website des Ticketzweitmarktes und Ticketweiterverkäufer angewendet werden. Allgemein wird ein Nutzen darin gesehen, Verbrauchern, welche zunächst keine Tickets mehr bekommen konnten, zu ermöglichen, diese dann auf dem Zweitmarkt zu erwerben,<sup>11</sup> ebenso wie denen, die ungewollte Tickets haben, die sie nicht am Veranstaltungsort bzw. beim Veranstalter zurückgeben können.<sup>12</sup> Dies stellt sicher, dass keine Plätze leer

---

<sup>8</sup> Diese Praxis weist eine vergleichsweise lange Vorgeschichte auf: *thee OFT, Ticket Agents in the UK*, S. 72. In größerem Umfang wurde dieses Vorgehen erstmals beim *Gastongury Festival 2003* beobachtet.

<sup>9</sup> *CMSC Bericht*, S. 15.

<sup>10</sup> S. unten.

<sup>11</sup> *Z.B. OFT, Ticket Agents in the UK*, S. 68.

<sup>12</sup> *CMSC Bericht*, S.14.

bleiben, was sowohl für die Konzession als auch den Merchandise-Verkauf am Veranstaltungsort wiederum einen Nutzen mit sich bringt.<sup>13</sup>

Im *CMCS*-Bericht wurden mehrere Faktoren festgestellt, die den großen Ticketzweitmarkt erklären: erstens übersteigt bei manchen Events die Nachfrage das Angebot erheblich; zweitens ist es oftmals nicht möglich, ein nicht mehr benötigtes Ticket am Veranstaltungsort bzw. beim Veranstalter zurückzugeben; und drittens werden Tickets unter dem markträumenden Gleichgewichtspreis („market clearing rate“) verkauft, d.h. dem Preis, zu dem ein Ticket angesichts der Konsumentennachfrage verkauft werden könnte.<sup>14</sup>

Es gibt einige spezifische Vorschriften zum Ticketzweitmarkt im *Consumer Rights Act 2015* sowie im *Digital Economy Act 2017*, die jedoch den Ticketweiterverkauf als solchen nicht beschränken oder verbieten sollen. Insbesondere ist nach allgemein verbreiteter Ansicht nicht die Möglichkeit für Verbraucher, ihr Ticket weiterzuverkaufen, etwas *per se* negatives. Vielmehr sind manche auf dem Ticketzweitmarkt zu beobachtenden Praktiken zu verwerfen und müssen bekämpft werden, damit die „echten“ Verbraucher ihr Ticket zum Verkauf anbieten können. Es gab gesetzgeberische Bestrebungen, den Preis für Tickets, welche auf Ticketzweitmarktwebsites angeboten werden, zu deckeln: ein entsprechender Gesetzesvorschlag (*Private Members Bill*) wurde im Januar 2011 ins Parlament eingebracht.<sup>15</sup> Ziel dieser Gesetzesinitiative war eine Deckelung des Preisaufschlags beim Weiterverkauf auf 10 % des Ausgangspreises, was jedoch nur für bestimmte Veranstaltungsorte und/oder Veranstaltungen gelten sollte. Der Gesetzesvorschlag schaffte es nicht bis zur zweiten Lesung, scheiterte also. Ein ähnliches Schicksal ereilte einen zweiten Versuch, den Entwurf einzubringen, im März 2014.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Der *CMSC*-Bericht stellt fest, dass Ticketpreise für gewöhnlich bewusst unter dem Gleichgewichtspreis angesetzt werden, damit sie bezahlbar bleiben, S. 12 f.

<sup>15</sup> Sale of Tickets (Sporting and Cultural Events) Bill.

<sup>16</sup> Interessanterweise wurde ein ähnlicher Entwurf im März 2017 ins Irische Parlament (*Dáil Éireann*) eingebracht. Dieser hat die Phasen des Gesetzgebungsprozesses im Parlament noch nicht durchlaufen.

## II. Rechtsfragen bezüglich Tickets im Englischen Recht

### 1. Rechtliche Qualifizierung eines Tickets

#### a) Allgemein

Es existiert keine eindeutige herrschende Meinung in Bezug auf die rechtliche Qualifikation eines Tickets. Es ist insbesondere noch nicht umfassend untersucht, welche Rechtsnatur ein Vertrag genau hat, bei dem jemand ein Ticket an einem Veranstaltungsort oder bei einem Veranstalter kauft. Im *CMSC*-Bericht beobachtete der Ausschuss, dass sich keine einheitliche Auffassung darüber ausmachen lässt, ob ein Ticket als Ware (*commodity*) anzusehen sei, d.h. als physischer Gegenstand, der wie etwa ein Buch Gegenstand des Handels sein könnte.<sup>17</sup>

Einerseits wird vertreten, dass ein Ticket ein physischer Gegenstand sei, der dem Käufer gehöre, weshalb der Käufer folglich nach Belieben darüber verfügen können solle. Die Gegenansicht sagt, dass das Ticket selbst keinen Wert habe und lediglich den Vertrag zwischen dem Veranstalter und dem Verbraucher repräsentiere, der dem Verbraucher die Teilnahme an der Veranstaltung erlaube. Darüber hinaus würden Veranstalter quasi den Verbrauchern Lizenzen erteilen, privaten Grund zu betreten, was ihnen erlaube, das Ticket mit Beschränkungen zu versehen.

Auch der Ausschuss selbst war in dieser Frage geteilter Meinung: Ein zunächst vorgeschlagener Absatz, der besagte, dass nach Ansicht des Ausschusses Tickets keine *commodities* seien, sondern eher einem Dienstvertrag gleichkämen, wurde abgelehnt. Ein weiterer Abschnitt, in dem der Ausschuss es verneint hätte, Tickets als *commodities* zu behandeln, wurde ebenfalls abgelehnt.<sup>18</sup> Es gibt zu dieser grundlegenden Frage also geteilte Auffassungen.

#### b) Case Law

Ein Blick auf das Case Law hilft ein Stück weiter. Im Fall *Murray v Harringay Arena LD*<sup>19</sup> stellte Singleton LJ fest, dass „wenn eine Zahlung für die Zulassung zu Räumlichkeiten geleistet wird, eine vertragliche Beziehung zwischen dem Zahlenden und der oder den Zahlungsempfängern – den Beschuldigten – begründet wird.“<sup>20</sup> In der Entscheidung *Cox v Coulson*<sup>21</sup> (bei der es um die Pflicht ging, angemessen außergewöhnlichen Gefahren vorzubeugen) wird die Beziehung

---

<sup>17</sup> *CMSC*-Bericht, S. 21 f.

<sup>18</sup> *CMSC*-Bericht, S. 43 (Förmliches Sitzungsprotokoll).

<sup>19</sup> [1951] 2 K.B. 529.

<sup>20</sup> *Ibid.*, S. 533.

<sup>21</sup> [1916] 2 K.B. 177.

zwischen den Parteien der zwischen einem Einladenden („invitor“) und einem Eingeladenen („invitee“) gleichgestellt.<sup>22</sup>

Die Rechte, die mit einer Kinoeintrittskarte verbunden sind, wurden durch den *Court of Appeal* im Fall *Hurst v Picture Theatres Ltd.* behandelt.<sup>23</sup> Der Kläger hatte eine Eintrittskarte für einen Kinobesuch gekauft, wurde jedoch aufgefordert, die Filmvorführung zu verlassen, da die Angestellten und die Leitung des Kinos dachten, er hätte kein Ticket gekauft. Die Streitfrage vor dem *Court of Appeal* war die Rechtsnatur der Lizenz, die mit dem Kauf des Tickets verbunden ist. Das Kino hatte argumentiert, dass dem Kläger eine widerrufbare Lizenz erteilt worden sei, welche nach Belieben zurückgenommen werden könne; diese Sichtweise wurde jedoch von der Mehrheit des *Court of Appeal* abgelehnt. Die Entscheidung lautete dahingehend, dass der Ticketkauf die Erteilung einer Lizenz beinhalte, und dass diese Lizenz die Bestimmung beinhalte, dass diese nicht willkürlich während der Vorstellung widerrufen werde. Unter der Voraussetzung, dass der Käufer der Eintrittskarte sich angemessen und entsprechend der Hausordnung verhalte, habe er ein Recht zu bleiben und die komplette Vorstellung anzusehen.<sup>24</sup>

Diese Fälle legen nahe, dass mit dem Kauf einer Eintrittskarte für eine Musik- oder Sportveranstaltung ein Vertrag verbunden ist, durch den eine befristete Lizenz erteilt wird, sich in den entsprechenden Räumlichkeiten aufzuhalten. Die Bedingungen für den Eintritt und die vorausgesetzte Verhaltensweise können durch den Veranstalter festgelegt werden und die Lizenz kann nicht ohne Vorliegen eines wichtigen Grundes widerrufen werden. Die genannten Entscheidungen stützen somit zumindest das Argument, dass ein Verbraucher durch den Kauf eines Tickets nicht bloß eine Ware (*commodity*) erwerbe, die nach Belieben verkauft werden könne, sondern vielmehr, dass das Ticket einen Beleg für die Berechtigung des Inhabers darstelle, den Veranstaltungsort betreten zu dürfen und die Vorstellung ansehen zu dürfen, für welche die Eintrittskarte ausgestellt wurde.

Dies trägt jedoch nichts zur weiteren Klärung der Rechtsnatur des Tickets selbst bei. Das Ticket könnte ein Vertragsdokument sein oder lediglich ein Beleg, welcher die Berechtigung zur Teilnahme an einer Vorstellung bescheinigt. Es gab bisher keinen Fall, der diese Frage eindeutig geklärt hätte. Entscheidungen zur Einbeziehung von Ausschlussklauseln, haben Tickets (für weniger bedeutende Events) unterschiedlich behandelt, nämlich entweder als Belege<sup>25</sup> oder als

---

22 Ibid., S. 187.

23 [1915] 1 K.B. 1.

24 Diese Entscheidung wurde durch das *House of Lords* im Fall *Winter Garden Theatre (London), Limited v Millennium Productions Limited* [1948] A.C. 173, durch Viscount Simon (S. 189) bestätigt, mit dem auch die übrigen *Lords* übereinstimmten.

25 *Z. B. Chapelton v Barry UDC* [1940] 1 K.B. 532.

Vertragsdokument.<sup>26</sup> In beiden Fällen wäre das Ticket vor allem eine Darstellung der vertraglichen Rechte, die den Ticketkäufer dazu berechtigen, den Veranstaltungsort zu betreten und der entsprechenden Vorstellung beizuwohnen. Das Vorzeigen des Tickets kann gegebenenfalls Voraussetzung für die Zulassung zu den Räumlichkeiten sein, was jedoch nicht zwingend bedeutet, dass das Ticket getrennt von der vertraglichen Lizenz zu betrachten ist, welche zwischen dem Ticketverkäufer und dem ursprünglichen Ticketkäufer begründet wurde.

Es findet sich im *case law* keine Aussage, die es befürworten würde, dass Tickets Waren (*commodities*) seien und daher wie solche gehandelt werden könnten. Würde ein Ticket als Ware angesehen, hätte das zur Folge, dass alle dazugehörigen Rechte, wie etwa die Lizenz zum Betreten der Räumlichkeiten, um die Vorstellung anzusehen, mit dem Weiterverkauf des Tickets mit diesem übergehen würden. In gewisser Hinsicht erinnert diese Art der Analyse an die Versuche, Verträge über Softwarelieferung an den Rahmen des Warenverkaufs anzupassen, indem Argumentationen dafür gefunden wurden, dass die Softwarelieferung unter das *Sale of Goods Act 1979* falle, in welchem noch davon ausgegangen worden war, dass Software auf physischen Medien zur Verfügung gestellt wird.<sup>27</sup> Auch wenn Tickets nach wie vor auch noch in physischer Form ausgegeben werden, zeichnet sich ein Trend in Richtung einer elektronischen Ausstellung von Tickets ab. Der Zugang zum Veranstaltungsort setzt kein Vorzeigen eines physischen Tickets mehr voraus – es genügt, wenn die Person, die eingelassen werden möchte, einen einmaligen QR-Code vorzeigen kann, der das Recht auf Zugang zur Veranstaltung und auf das Einnehmen eines bestimmten Sitzplatzes oder einem Stehplatzbereich abbildet. Daher treibt die Frage, ob ein Ticket eine Ware darstellt, die Untersuchung in eine falsche Richtung, ebenso wie dies schon beim Versuch, Software als Ware zu behandeln, der Fall war.

Die entscheidende Frage ist, warum überhaupt vertreten wurde, dass Tickets Waren seien. Die Antwort liegt darin, dass eine solche Qualifizierung von Tickets eine stärkere Argumentationsbasis dafür bieten würde, Ticketkäufern den Weiterverkauf ihrer Tickets ohne Beschränkungen zu erlauben. Wenn jemand z.B. eine Skulptur gekauft hat, kann er diese nach Belieben weiterverkaufen, ohne irgendwelche durch den vorherigen Verkäufer auferlegten Beschränkungen. Würde ein Ticket also auf die gleiche Art und Weise behandelt, könnte es dementsprechend genauso weiterverkauft werden. Dies erklärt, warum einige die Einstufung von Tickets als Waren befürworten.

Jedoch gibt es für diese Einschätzung im *case law* keine Anhaltspunkte und die Lösung über einen Vertrag und eine Lizenz (für die Zulassung, der

---

<sup>26</sup> *Z. B. Thompson v London Midland & Scottish Railway Co* [1930] 1 K.B. 41.

<sup>27</sup> *St Albans City and DC v International Computers Ltd* [1996] 4 All E.R. 481; *Software Incubator Ltd v Computer Associates Ltd* [2016] EWHC 1587.

entsprechenden Veranstaltung beizuwohnen und währenddessen auch dort bleiben zu dürfen) scheint die präzisere Betrachtung der Situation zu sein und findet zumindest eine gewisse Unterstützung im *case law*. Da also anzunehmen ist, dass diese Auslegung gerichtlich bestätigt würde, betrifft die anschließende Frage die Möglichkeit, die Rechte dieses Vertrages zu übertragen (d.h. das Ticket „weiterzuverkaufen“).

## 2. Übertragbarkeit eines Tickets

Es ist davon auszugehen, dass die zutreffende Qualifizierung des Ersterwerbs eines Tickets ist, dass eine vertragliche Beziehung zwischen dem Käufer und dem Eventveranstalter oder dem Veranstaltungsort entsteht. Gegenstand des Vertrages ist das Recht, eine bestimmte Vorführung zu besuchen, sowie die Lizenz, den Veranstaltungsort zu betreten und einen zugewiesenen Sitzplatz einzunehmen. Will der Käufer nun sein „Ticket weiterverkaufen“, bedeutet das im Grunde, dass er versucht, sein Recht aus dem ursprünglichen Vertrag an einen nachfolgenden Käufer zu übertragen.

Eine Übertragung von Rechten aus einem Vertrag erfolgt gemäß s. 136(1) des *Law of Property Acts 1925*. Diese *section* gilt für die Abtretung einer „Forderung oder eines anderen einklagbaren Rechts“, was Rechte aus einem Vertrag mit umfasst. Um wirksam zu sein, muss eine Abtretung schriftlich erfolgen und die Abtretung muss der Person, gegenüber welcher der Zedent berechtigt gewesen wäre, eine solche Forderung oder anderes einklagbares Recht zu verlangen» angezeigt werden. Hierfür bedarf es keiner bestimmten Formulierung. Sobald die Anzeige erfolgt ist, ist das „Recht darauf oder auf eine Verbindlichkeit“ übertragen.<sup>28</sup> Die Formvorschriften für einen gesetzlichen Forderungsübergang sind daher sehr streng. Eine Nichteinhaltung lässt eine Abtretung unwirksam werden, wenngleich möglicherweise trotzdem nach den Regeln der *equity* eine Abtretung anzunehmen sein könnte (wobei *equity* im Allgemeinen lediglich die Forderungsabtretung zur Durchsetzung eines Vertrags anerkennt).<sup>29</sup>

Falls der Vertrag jedoch eine Klausel enthält, wonach es nicht erlaubt ist, die Rechte aus dem Vertrag abzutreten, so stellt der Versuch der Abtretung solcher Rechte einen Vertragsbruch dar. Zudem wäre dann auch die Abtretung unwirksam.<sup>30</sup> Im Fall *Linden Gardens* musste sich das *House of Lords* damit befassen, ob eine Nichtabtretungsklausel in einem Vertrag insofern gegen die öffentliche Ordnung verstößt, als eine solche Klausel versucht, Eigentum unveräußerlich zu machen, d.h. ein vertragliches Abtretungsverbot wäre dann also

---

<sup>28</sup> S. 136(1)(a), Law of Property Act 1925.

<sup>29</sup> Cf. E Peel, *Treitel - The Law of Contract*, 14. Auflage, (Sweet & Maxwell, 2015).

<sup>30</sup> Siehe *Linden Gardens Trust Ltd v Lenesta Sludge Disposals Ltd and Others* [1994] 1 A.C. 85.

nichtig. Dies lehnte das *House of Lords* jedoch ab. Lord Browne-Wilkinson legte dar,

„In the case of real property there is a defined and limited supply of the commodity, and it has been held contrary to public policy to restrict the free market. But no such reason can apply to contractual rights: there is no public need for a market in choses in action. A party to a building contract, as I have sought to explain, can have a genuine commercial interest in seeking to ensure that he is in contractual relations only with a person whom he has selected as the other party to the contract. In the circumstances, I can see no policy reason why a contractual prohibition on assignment of contractual rights should be held contrary to public policy.“<sup>31</sup>

Die Entscheidung betraf zwar einen kaufmännischen Kontext, gleichwohl ist der Grundsatz, dass Nichtabtretungsklauseln wirksam sind, generell gültig. Wendet man diesen auf den Ticketzweitmarkt an, ließe sich daraus schließen, dass eine Abtretungsverbotsklausel in den vertraglichen Bedingungen wirksam ist. Dem Käufer eines weiterverkauften Tickets könnte daher der Zutritt mit der Begründung verweigert werden, dass die vermeintliche Abtretung (d.h. der Weiterverkauf des Tickets) unwirksam gewesen sei.

In einem Punkt könnte man der Auffassung von Lord Browne-Wilkinson aber widersprechen: Es existiert – wie der sehr lebendige Ticketzweitmarkt zeigt – ein dynamischer Ticketmarkt, d.h. eine spezielle Kategorie von Forderungen. Wenngleich dies dafür spricht, Abtretungsverbotsklauseln bei Tickets für ungültig zu erklären, kann es nicht das Gegenargument überwinden, dass es durchaus gute Gründe geben könne, warum ein Veranstalter Tickets nur an Personen oder vielmehr Personengruppen abgibt, „die er ausgewählt hat“.

Das *Common Law* stellt also wohl kaum ein Hindernis für die Durchsetzbarkeit eines vertraglichen Abtretungsverbots dar. Das bedeutet, dass ein vertragliches Abtretungsverbot wirksam wäre, wenn der Käufer des Tickets kein Verbraucher ist. Während im *Common Law* eine Abtretungsverbotsklausel also gegenüber einem Nicht-Verbraucher wirksam ist, könnte sie jedoch nach den Vorschriften des *Consumer Rights Act* als missbräuchlich einzustufen sein.

---

<sup>31</sup> *Ibid.*, S. 107. „Im Fall von Immobilien ist das Angebot an Objekten klar festgelegt und begrenzt und daher wurde angenommen, dass eine Begrenzung des freien Marktes hier gegen die öffentliche Ordnung verstößt. Ein solcher Grund kann jedoch bei vertraglichen Ansprüchen nicht angeführt werden: es besteht kein öffentliches Interesse an einem Markt für Forderungen. Die Partei eines Bauvertrags kann etwa – wie ich bereits versucht habe zu verdeutlichen – ein echtes wirtschaftliches Interesse daran haben, dass sichergestellt ist, lediglich mit der Person in einer vertraglichen Beziehung zu stehen, die er als Vertragspartner gewählt hat. Unter diesen Umständen ist für mich aus rechtspolitischer Sicht kein Grund ersichtlich, warum ein vertragliches Abtretungsverbot gegen die öffentliche Ordnung verstoßen sollte.“

### 3. Anwendbarkeit der Überprüfungsmaßnahmen bei auf Ticket-AGB

Die Vertragsbedingungen zwischen dem ursprünglichen Verkäufer und dem ersten Käufer eines Tickets können Beschränkungen oder auch ein komplettes Verbot des Ticketweiterverkaufs enthalten. Für gewöhnlich hat dies zur Folge, dass das Ticket für ungültig erklärt wird und dem nachfolgenden Käufer der Eintritt verweigert wird. Falls der ursprüngliche Käufer Verbraucher ist, gelten die Vorschriften des Teils 2 des *Consumer Rights Acts 2015* über missbräuchliche Vertragsbedingungen.<sup>32</sup> Ein Abtretungsverbot in einem solchen Vertrag wäre nach dem *CRA* zu überprüfen.

Die allgemeinen Regeln für die Beurteilung der Fairness einer Vertragsklausel beruhen auf der Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen (93/13/EWG). Demgemäß legt S. 62(4) *CRA* fest, dass „eine Klausel missbräuchlich ist, wenn sie entgegen dem Gebot von Treu und Glauben ein erhebliches Ungleichgewicht zwischen den Rechten der Parteien herbeiführt und der Vertrag Verpflichtungen zum Nachteil des Verbrauchers vorsieht.“ *Section 62(5)* führt fort, dass Fairness unter Berücksichtigung des Vertragsgegenstands sowie der übrigen Vertragsbedingungen zu bestimmen sei. Bisher gibt es keine Gerichtsentscheidung dazu, ob eine Abtretungsverbotsklausel missbräuchlich ist. In ihren allgemeinen Leitlinien zu Teil 2 des *CRA*,<sup>33</sup> in der es um den Ausschluss des Rechtes eines Verbrauchers durch Vertragsklauseln geht, Rechte aus dem Vertrag abzutreten, schlägt die Kartellbehörde (*Competition and Markets Authority, CMA*), jedoch vor, dass „Klauseln, die dieses Recht beschränken, im Hinblick auf ihre Fairness der Überprüfung unterliegen“.<sup>34</sup> Dies legt nahe, dass die *CMA* hinsichtlich der Wirksamkeit von vertraglichen Abtretungsverboten jedenfalls zurückhaltend ist, und speziell in Bezug auf den Weiterverkauf von Tickets konstatiert die *CMA*, dass „nach Auffassung der *CMA* eine Bestimmung, die das Recht des Verbrauchers schwächt, das zu verkaufen, was er innehat, Gefahr läuft, als missbräuchlich eingestuft zu werden“.<sup>35</sup> Dies ist eine recht vage Formulierung: eine Nichtabtretungsklausel unterliegt „der Gefahr“, missbräuchlich zu sein. Das könnte man theoretisch über alle Klauseln in einem Verbrauchervertrag sagen. Ein gebräuchliches Beispiel ist der Fall, dass ein Verbraucher Waren kauft, für die eine Herstellergarantie besteht, und der Verbraucher diese nun weiterverkaufen will, während die Garantiezeit noch läuft.

<sup>32</sup> Diese Vorschriften ersetzen die Regelungen über unfaire Vertragsbedingungen in den *Consumer Contracts Regulations 1999*. Teil 2 des *CRA* setzt nun die Anforderungen der Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen (93/13/EWG) um.

<sup>33</sup> Competition and Markets Authority, *Unfair Contract Terms Guidance – Guidance on the unfair terms provisions in the Consumer Rights Act 2015* (CMA 37, 31. Juli 2015).

<sup>34</sup> Para 5.33.1.

<sup>35</sup> Para 5.33.4.

In einem solchen Fall kann die Einschränkung, die Garantie nicht übertragen zu können (d.h. nicht abtreten zu können) als missbräuchlich angesehen werden.

Im Fall von Konzerteintrittskarten ist dies dagegen wohl nicht zutreffend. Die jüngste verbindliche Aussage zur Anwendung der Missbrauchskontrolle findet sich in der Rechtsprechung des *Supreme Court* im Fall *Parking Eye Ltd v Beavis*.<sup>36</sup> Indem er die Anwendung der Missbrauchskontrolle angeordnet hat, schloss sich der *Supreme Court* der Auffassung des Europäischen Gerichtshofs im Fall *Aziz* an.<sup>37</sup> Demnach liege dann ein „erhebliches Ungleichgewicht“ vor, wenn ein Verbraucher um einen Vorteil gebracht wird, der ihm nach nationalen Recht zukommen würde, gäbe es die entsprechende Vertragsklausel nicht. Wie bereits erwähnt, ist der Ansatz im *common law*, dass vertragliche Abtretungsverbote grundsätzlich wirksam sind, und es wird angenommen, dass kein Markt für Rechte aus einem Vertrag existiert. Daraus könnte man folgern, dass ein vertragliches Abtretungsverbot in einem Ticketvertrag überhaupt kein Ungleichgewicht herstellt. Auf der anderen Seite könnte das Vorhandensein einer starken Nachfrage im Ticketzweitmarkt darauf hindeuten, dass der Verbraucher eventuell die Möglichkeit verliert, genau davon zu profitieren, wenn im Vertrag eine Abtretungsverbotsklausel enthalten ist, und somit läge ein erhebliches Ungleichgewicht vor.

Es muss daneben jedoch noch die zweite Voraussetzung erfüllt ein, dass ein derartiges Ungleichgewicht gegen das „Gebot von Treu und Glauben“ verstößt. Nach *Aziz* wird dies dadurch definiert, „ob der Verkäufer oder Dienstleistungserbringer im Fall von gerechten und angemessenen Verhandlungen mit dem Verbraucher vernünftigerweise davon ausgehen könnte, dass der Verbraucher einer solchen Klausel bei individuellen Vertragsverhandlungen zugestimmt hätte“.<sup>38</sup> Durch Anwendung dieser Überprüfung griff der *Supreme Court* auf Aspekte der Ansicht des Generalanwalts zurück, die in der Rechtsprechung des EuGH keine zentrale Rolle spielten. So stellt der Generalanwalt in Para. 73 fest, dass möglicherweise ein legitimes Interesse dafür gegeben sein könnte, von der grundsätzlichen nationalen Rechtslage abzuweichen. In Para. 75 merkt der Generalanwalt an, dass es auch eine relevante Überlegung sein könnte, ob ein sachlicher Grund für die in Frage stehende Klausel besteht und wie häufig die Klausel Verwendung findet. Im Fall *Parking Eye* wurde eine Gebühr in Höhe von 85 £ für das Überschreiten der zweistündigen kostenlosen Parkzeit als nicht missbräuchlich erachtet, weil ein legitimes Interesse des Parkhauseigentümers daran bestand, dass andere Nutzer einen Parkplatz finden und somit die Geschäfte im Einkaufszentrum besuchen können. Im Zusammenhang mit

---

<sup>36</sup> [2015] UKSC 67, ins. Paras 102-114.

<sup>37</sup> C-415/11 *Aziz v Caixa d'Estalvis de Catalunya, Tarragona i Manresa* [2013] 3 CMLR 89.

<sup>38</sup> *Aziz*, Para 69.

Eintrittskarten für Veranstaltungen könnten mögliche Argumente dafür, dass eine Abtretungsverbotsklausel nicht gegen das Gebot von Treu und Glauben verstoße, sein, dass Veranstalter ein Interesse daran hätten, die Eintrittskarten an wirkliche Fans zu verkaufen, und dass sie verschiedene Vorkehrungen trafen, dass genau dies sichergestellt ist, und dass sie zudem auch ein Interesse daran hätten, zu verhindern, dass die Tickets auf den Zweitmarkt gelangen.<sup>39</sup> Es ist also keinesfalls offensichtlich, dass eine Abtretungsverbotsklausel missbräuchlich ist, auch wenn Verbraucher tendenziell davon ausgehen, dass Tickets genauso wie Waren behandelt würden und frei übertragbar seien.

Auf jeden Fall gilt diese Beurteilung nicht, wenn die Person, die das Ticket zunächst kauft, gewerblich tätig ist und das Ticket mit der Absicht des Weiterverkaufs erworben hat. In diesem Fall ist eine Abtretungsverbotsklausel wohl wirksam und sobald ein Ticket auf einer Ticketzweitmarktplattform eingestellt wird, wird es unwirksam.

Aus Verbraucherperspektive ergibt sich ein ungewisses Bild: Selbst wenn es gelingt, darzulegen, dass eine Abtretungsverbotsklausel nach Teil 2 des *CRA* missbräuchlich ist, nützt dies einem Verbraucher beim Kauf eines Tickets über eine Ticketzweitmarktwebsite nur dann, wenn er es von einem anderen Verbraucher erwirbt.

### III. Einschlägige Gesetzgebung zum Ticketzweitmarkt

#### 1. Allgemeine Verbraucherschutzgesetze

Mangels besonderer Vorschriften zum Ticketzweitmarkt (so wie die Lage vor dem 1. Oktober 2015 war, als das *Consumers Rights Act 2015* in Kraft trat) waren die Vollzugsbehörden auf die allgemeinen Verbraucherschutzgesetze angewiesen, um gewisse Praktiken auf dem Ticketzweitmarkt zu bekämpfen, welche am meisten Anlass zur Sorge gaben. Allgemein formuliert ging es um Bedenken über ungenügende Information zur Preisbildung, über Details zu den Tickets und etwaige anwendbare Beschränkungen, sowie außerdem über die Person des Weiterverkäufers. Gesetzliche Pflichten über das Bereitstellen eindeutiger und vollständiger Informationen finden sich sowohl in den *Consumer Protection from*

---

<sup>39</sup> S. auch die Rechtsprechung des *Supreme Court* in *Rugby Union v Consolidated Information Services Ltd (formely Viagogo)* [2012] UKSC 55, bei der der *Supreme Court* einen Gerichtsbeschluss bestätigte, der von Viagogo verlangte, der *Rugby Union* die Namen der Personen zur Verfügung zu stellen, die Tickets auf einer Plattform für den Ticketzweitmarkt angeboten hatten und damit eine Vertragsklausel verletzen, die den Weiterverkauf verbietet.

*Unfair Trading Regulations 2008*,<sup>40</sup> als auch in den *Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013*.<sup>41</sup>

a) *Consumer Protection from Unfair Tradings Regulations 2008 (CPUTR)*

Das *CPUTR* setzen die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken um. Sie gelten für alle Geschäftspraktiken durch einen Gewerbetreibenden, d.h. jede Handlung, Unterlassung, Verhaltensweise, Erklärung oder kommerzielle Mitteilung (einschließlich Werbung und Vermarktung) eines Gewerbetreibenden in Bezug auf das Produkt, welche in unmittelbarem Zusammenhang mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produktes zu oder von einem Verbraucher steht, unabhängig davon, ob vor, während oder nach der geschäftlichen Transaktion (wenn eine solche überhaupt stattfindet)<sup>42</sup>. Die *CPUTR* beinhalten Vorschriften zu irreführenden Handlungen<sup>43</sup> und Unterlassungen,<sup>44</sup> und speziell zu irreführenden Information/Unterlassungen bezüglich der Hauptmerkmale des Produkts, d.h. des Preises und dessen Kalkulation, und bezüglich der Art und der Eigenschaften des Gewerbetreibenden.<sup>45</sup> Die relevanten Informationen über die Hauptmerkmale des Produkts schließt auch dessen Verfügbarkeit, Verwendungszweck und Leistungsumfang ein.<sup>46</sup> Insbesondere diese Faktoren haben Bezug zu den spezifischen Bedenken auf dem Ticketzeitmarkt, welche in der UK vorherrschend waren: Ein Mangel an Klarheit über die konkret angebotenen Tickets und ihren Ausgabepreis, etwaige Nutzungsbeschränkungen und die Art des Verkäufers.

Im Anschluss an eine durch die Kartellbehörde (*Competition and Market Authority – CMA*) durchgeführte Untersuchung des Ticketzeitmarktes gab die diese ein Schreiben an Betreiber von Ticketzeitmarktwebsites heraus, in welchem sie diese an ihre Pflichten nach den *CPUTR* erinnerte.<sup>47</sup> Laut *CMA* sind Websites für den Ticketweiterverkauf verpflichtet, Informationen über den Preis zur Verfügung zu stellen, den der Verbraucher tatsächlich zu zahlen hat, einschließlich Lieferkosten; außerdem muss er Transparenz hinsichtlich der Preisdifferenz

---

40 S.I. 2008/1277.

41 S.I. 2013/3134.

42 Reg.2 *CPUTR*.

43 Reg.5 *CPUTR*.

44 Reg.6 *CPUTR*.

45 Reg.5(4) *CPUTR*, paras (b), (g) and (j).

46 Reg.5(5) *CPUTR*, paras (a), (m) and (o).

47 Verfügbar unter: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/413278/Open\\_letter\\_to\\_websites.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/413278/Open_letter_to_websites.pdf) [zuletzt aufgerufen am 16. Oktober 2017].

zwischen ursprünglichem Ausgabewert und dem Weiterverkaufspreis sicherstellen; eine Mehrzahl an Tickets darf nur dann in einem gemeinsamen Eintrag aufgeführt werden, wenn diese Tickets nebeneinander gelegen sind; zudem sind Informationen zu etwaigen Beschränkungen des Tickets (z.B. eine Altersbegrenzung) und Kontaktdaten zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus sollen Ticketzweitmarktwebsites Verkäufern die Möglichkeit bieten, den Käufern anzuzeigen, ob sie Gewerbetreibende sind, und falls dies der Fall ist, außerdem die Möglichkeit, dementsprechend die relevanten Informationen vor Vertragsschluss zur Verfügung zu stellen.

Das Schreiben der *CMA* wurde an alle in der UK tätigen Ticketzweitmarktwebsites verschickt, den vier größten Websites wurde darüber hinaus eine förmliche Anweisung erteilt, diese Anforderungen einzuhalten.<sup>48</sup> Ein gesondertes Schreiben erging zudem an bekannte gewerbliche Weiterverkäufer, die Tickets über Ticketzweitmarktplattformen anbieten, in welchem sie diese an ihre Pflicht zur Bereitstellung der wichtigsten Informationen erinnerten, insbesondere über den ursprünglichen Ausgabepreis der Tickets; außerdem darüber, mehrere Tickets nur dann in einem gemeinsamen Eintrag aufzuführen, wenn alle Plätze beieinander gelegen sind; des Weiteren Informationen über Beschränkungen der Tickets; und schließlich auch Informationen über ihren Status als Unternehmer, d.h. dass sie sich nicht als private Weiterverkäufer darstellen dürfen.

Im Fall eines Verstoßes gegen die *CPUTR* sind für die Durchsetzung in erster Linie die *local weights and measures authorities*, also die Eichämter, welche die Funktion von Gewerbebeamten erfüllen, sowie die *CMA* dafür zuständig, Maßnahmen nach den allgemeinen Eingriffsbefugnissen nach Teil 8 des *Enterprise Act 2002* zu ergreifen. Dies kann zu förmlichen Verpflichtungen<sup>49</sup> gegenüber den Gewerbetreibenden führen, die gegen die *CPUTR* verstoßen, oder in schwerwiegenderen Fällen bzw. bei wiederholten Verstößen zu einer Vollstreckungsanordnung gegen den entsprechenden Gewerbetreibenden, um ein nochmaliges Auftreten von Verstößen in Zukunft zu verhindern.<sup>50</sup> In besonders schwerwiegenden Fällen sehen die *CPUTR* auch die Möglichkeit vor, auf strafrechtliche Sanktionen zurückzugreifen.<sup>51</sup> In diesem Fall stehen als Sanktionsmöglichkeiten eine Geldstrafe oder bei Einzelpersonen eine Haftstrafe

---

<sup>48</sup> Siehe Pressemitteilung: Ticket Buyers benefit from CMA action, 5. März 2015. Verfügbar unter <https://www.gov.uk/government/news/ticket-buyers-benefit-from-cma-action> [zuletzt aufgerufen am 16. Oktober 2017].

<sup>49</sup> S.219, Enterprise Act 2002.

<sup>50</sup> S.217, Enterprise Act 2002.

<sup>51</sup> Regs. 9 (irreführende Handlungen) und 10 (irreführendes Unterlassen) *CPUTR* definieren eine irreführende Handlung oder Unterlassung als strafbare Handlung.

zur Verfügung.<sup>52</sup> Bei seinen Ermittlungen auf dem Ticketzweitmarkt hat die CMA bisher noch nicht auf das Strafrecht zurückgegriffen, diese Option steht jedoch als *ultima ratio* zur Verfügung, wenn andere Versuche, die Einhaltung der CPUTR sicherzustellen, scheitern sollten.

b) *Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulation 2013 (CCR)*

Neben den CPUTR verlangt der CCR (welcher die Verbraucherrechte-Richtlinie 2011/83/EU umsetzt) das Bereitstellen von Informationen vor Abschluss eines Fernabsatzvertrages.<sup>53</sup> Diese Informationspflicht trifft den Unternehmer, mit welchem der Verbraucher einen Vertrag schließen wird. Beim Ticketzweitmarkt ist dies der Weiterverkäufer des Tickets und nicht die Ticketzweitmarktwebsite (sofern die Website nicht gleichzeitig Weiterverkäufer ist). Die zur Verfügung zu stellenden Informationen umfassen die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers und dessen Kontaktdaten; zudem den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen sowie Lieferkosten; darüber hinaus die Zahlungs- und Lieferbedingungen.<sup>54</sup>

Diese beiden Maßnahmen können genutzt werden, um transparente Informationen zum Ticket einzufordern, welches zum Weiterverkauf steht, sowie Informationen zum Weiterverkäufer. So sind zum Beispiel eine der größten Probleme beim Ticketzweitmarkt die stark überhöhten Weiterverkaufspreise, und ein Zur-Verfügung-Stellen von Informationen zum ursprünglichen Kaufpreis führt zu einer größeren Transparenz hinsichtlich des Preisaufschlags. Dies garantiert jedoch nicht, dass Tickets dann mit einem geringeren Preisaufschlag weiterverkauft werden. Die meisten Verbraucher, die Tickets über Ticketzweitmarktplattformen erwerben, sind sich darüber im Klaren, dass die Tickets dort deutlich über dem ursprünglichen Ausgabepreis weiterverkauft werden. Ebenso erschwert das Bereitstellen von Informationen über Nutzungsbeschränkungen von Tickets wohl den Weiterverkauf von Tickets, wenn diese für den ursprünglichen Käufer Einschränkungen beinhalten, und dennoch gehen einige Verbraucher dieses Risiko ein und vertrauen auf Rückerstattungsgarantien, die von den meisten Ticketzweitmarktwebsites für Fälle angeboten werden, in denen einem Verbraucher der Eintritt zu einer Veranstaltung verweigert wird.

---

<sup>52</sup> Reg.13 CPUTR.

<sup>53</sup> Reg.13 CCR.

<sup>54</sup> Siehe Schedule 2 CCR, paras (a), (b), (c), (f), (g), und (j).

## 2. Besondere Vorschriften

Einen zielgerichteteren Ansatz für den Umgang mit dem Ticketzweitmarkt stellen die Vorschriften dar, die im Wege des Gesetzgebungsverfahrens in die *Consumer Rights Bill* eingefügt wurden. Die maßgeblichen Vorschriften finden sich nun in Kapitel 5 des Teils 3 des *Consumer Rights Act 2015*.

### a) *Consumer Rights Act 2015, Teil 3, Kapitel 5*

Das *Consumer Rights Act 2015 (CRA)* enthält ein spezifisches Kapitel zum Ticketzweitmarkt, auf dem Tickets online via „Ticketzweitmarkteinrichtung“ (definiert als „internetbasierte Einrichtung für den Weiterverkauf von Eintrittskarten für unterhaltende, sportliche und kulturelle Events“)<sup>55</sup> weiterverkauft werden.<sup>56</sup> Es enthält spezifische Pflichten für den Weiterverkäufer, den Betreiber der Ticketzweitmarktplattform,<sup>57</sup> und für den Veranstalter des entsprechenden Events.<sup>58</sup> Es ist zu beachten, dass diese Vorschriften auf solche Zweitverkäufer anwendbar sind, die gleichzeitig Einzelpersonen und Gewerbetreibende sind, und nicht bloß Gewerbetreibende.

#### aa) Pflichten des Weiterverkäufers

Eine Person, die ein Ticket über eine Ticketzweitmarktplattform weiterverkauft, muss dem Käufer bestimmte Informationen zur Verfügung stellen (sofern beim jeweiligen Ticket einschlägig). Diese Informationen sind:<sup>59</sup>

- (a) Bei einem Ticket für einen bestimmten Sitzplatz oder Stehbereich am Veranstaltungsort müssen dem Käufer die erforderlichen Informationen zur Verfügung gestellt werden, um den Sitzplatz oder den Stehbereich erkennen zu können. Die notwendigen Informationen hierfür umfassen die Bezeichnung des Bereichs am Veranstaltungsort, wo der Sitzplatz/Stehbereich liegt (z.B. „Tribüne“) und/oder Informationen, die der Käufer benötigt, um den Abschnitt des Bereichs erkennen zu können, in dem der Sitzplatz oder Stehbereich liegt (z.B. der Sitzblock, in dem sich der konkrete Sitzplatz befindet); zudem die Sitzplatznummer, die

---

<sup>55</sup> S. 95(1) *CRA*.

<sup>56</sup> Diese Vorschriften gelten für Tickets, die erstmals zum Wiederverkauf auf Ticketzweitmarkteinrichtungen angeboten werden, nachdem diese Vorschriften am 26. Mai 2015 in Kraft traten.

<sup>57</sup> Ein „Betreiber“ wird definiert als eine Person, die die Kontrolle über eine Ticketzweitmarktplattform ausübt und Einnahmen daraus erhält: S. 95(1) *CRA*.

<sup>58</sup> Ein „Veranstalter“ ist die Person, die für die Organisation und Verwaltung einer Veranstaltung verantwortlich ist oder einen Teil oder die gesamten Einnahmen aus der Veranstaltung erhält.

<sup>59</sup> S. 90(3) *CRA*.

Markierung oder ein anderes Unterscheidungsmerkmal und die Sitzreihe.<sup>60</sup>

- (b) Informationen über etwaige Beschränkungen, die eine Nutzung des Tickets auf solche Personen begrenzen, die eine bestimmte Beschreibung erfüllen.
- (c) Der ursprüngliche Ausgabepreis des Tickets, d.h. der Betrag, der auf dem Ticket als Preis ausgewiesen wird.<sup>61</sup>

Darüber hinaus muss der Käufer auch darüber informiert werden, falls der Verkäufer auf einer Ticketzweitmarktplattform in irgendeiner Weise mit dem Betreiber dieser Plattform oder dem Veranstalter des Events selbst verbunden ist. Diese Pflicht besteht dann, wenn der Weiterverkäufer<sup>62</sup>

- (a) Betreiber der Ticketzweitmarktplattform ist,
- (b) Muttergesellschaft oder Tochterunternehmen im Verhältnis zu dem Betreiber der Ticketzweitmarktplattform ist,
- (c) Arbeitnehmer oder Beschäftigter des Betreibers einer Ticketzweitmarktplattform ist,
- (d) im Auftrag einer Person im Sinne von (c) tätig ist oder
- (e) ein Veranstalter oder eine Person ist, die im Auftrag des Veranstalters selbst tätig ist.

Dem Käufer muss dabei mitgeteilt werden, welche der Varianten (a) bis (e) einschlägig ist.<sup>63</sup> Alle Informationen, die dem Käufer zur Einhaltung dieser *Section* zur Verfügung gestellt werden müssen, sind in klarer und verständlicher Weise und vor Abschluss des Ticketkaufvertrags durch den Käufer zu erteilen.<sup>64</sup>

#### bb) Pflichten der "Ticketzweitmarkteinrichtung"

Die Informationspflichten des Ticketzweitverkäufers nach dem *CRA* treffen auch den Betreiber einer Ticketzweitmarktplattform. Die zu erteilenden Informationen entsprechen den im vorherigen Abschnitt aufgezählten. Zusätzlich trifft den Betreiber einer Ticketzweitmarktplattform die Pflicht, kriminelle Handlungen durch Plattformnutzer zu melden. Diese Pflicht besteht dann, wenn eine Person, die die Plattform auf eine solche Art und Weise nutzt (oder genutzt

---

<sup>60</sup> S. 90(4) *CRA*. S. 105 des *Digital Economy Acts 2017* würde zusätzlich auch "jede einmalige Ticketnummer, die dem Käufer helfen könnte, den Sitzplatz oder Stehbereich oder die Lage herauszufinden" als relevante Information einstufen, jedoch trat diese *Section* noch nicht in Kraft und für das Inkrafttreten steht auch noch kein Termin fest.

<sup>61</sup> S. 90(5) *CRA*.

<sup>62</sup> S. 90(6) *CRA*.

<sup>63</sup> S. 90(7) *CRA*.

<sup>64</sup> S. 90(8) *CRA*.

hat), die eine Straftat mit Bezug zum Ticketzweitverkauf für unterhaltende, sportliche und kulturelle Events in der UK darstellt.<sup>65</sup>

Sobald der Betreiber Kenntnis davon erlangt, dass eine Straftat begangen wurde oder begangen wird, muss er sowohl den Veranstalter als auch die Polizei benachrichtigen.<sup>66</sup> Eine Benachrichtigung des Veranstalters ist jedoch entbehrlich, wenn der Betreiber ausreichend Grund zur Annahme hat, dass eine solche Mitteilung die Aufklärung einer Straftat gefährden könnten.<sup>67</sup> Die Mitteilung durch den Betreiber muss Informationen über die Identität des mutmaßlichen Täters enthalten sowie den Umstand, dass er Kenntnis davon hat, dass eine Straftat begangen wurde oder begangen wird.<sup>68</sup>

#### cc) Pflichten des Veranstalters

Den Veranstalter treffen in Bezug auf den Weiterverkauf von Tickets als solchen keine spezifischen Pflichten; wenn eine Person jedoch Tickets über eine Ticketzweitmarktplattform weiterverkauft oder zum Weiterverkauf anbietet, darf der Veranstalter das Ticket nicht für ungültig erklären und/oder den Zweitverkäufer nur deshalb auf die Sperrliste zu setzen, weil das Ticket zum Weiterverkauf angeboten wurde.<sup>69</sup> Dieses Verbot greift jedoch nicht, wenn im ursprünglichen Ticketkaufvertrag eine Klausel enthalten ist, welche die Ungültigerklärung des Tickets und/oder das Setzen des Zweitverkäufers auf die Sperrliste vorsieht, falls der Zweitverkäufer das Ticket weiterverkauft hat oder zum Weiterverkauf angeboten hat.<sup>70</sup> Diese Ausnahme setzt wiederum der voraus, dass eine solche Klausel nach Teil 2 des *CRA* fair ist.<sup>71</sup> Dies gilt auch in Bezug auf jede andere Klausel im ursprünglichen Vertrag, nach welcher der Veranstalter ein Ticket für ungültig erklären kann und/oder eine Person aus anderen Gründen als dem Zweitverkauf des Tickets über eine Plattform auf eine Sperrliste setzen darf.<sup>72</sup>

„Ungültigerklärung“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass der Veranstalter veranlasst, dass der „aktuelle Inhaber“ des Tickets nicht mehr berechtigt ist, an der Veranstaltung teilzunehmen.<sup>73</sup> Das „Setzen auf die Sperrliste“ findet dadurch statt, dass der Veranstalter Maßnahmen ergreift, um die betroffene Person daran zu hindern, in Zukunft Tickets für Veranstaltungen zu erwerben oder um die

---

<sup>65</sup> S. 92(1) *CRA*.

<sup>66</sup> S. 92(1)(2) *CRA*.

<sup>67</sup> S. 92(5) *CRA*.

<sup>68</sup> S. 92(3) *CRA*.

<sup>69</sup> S. 91(2)(3) *CRA*.

<sup>70</sup> S. 91(2)(a)/3(a) *CRA*.

<sup>71</sup> S. 91(2)(b)/3(b) *CRA*.

<sup>72</sup> S. 91(7) *CRA*.

<sup>73</sup> S. 91(5) *CRA*.

Möglichkeit der Person, für zukünftige Veranstaltungen Tickets zu erwerben, zu beschränken.<sup>74</sup>

dd) Durchsetzung

Die Kompetenz zur Durchsetzung der Vorschriften über den Ticketweiterverkauf via Ticketzweitmarktplattformen liegt bei den örtlichen *weights and measures authorities*.<sup>75</sup> Wenn die Durchsetzungsbehörde einen Verstoß gegen die Regelungen zum Ticketweiterverkauf nach dem *CRA* festgestellt hat, kann sie eine Geldstrafe verhängen. Es gilt hierfür als Beweisanforderung eine überwiegende Wahrscheinlichkeit.<sup>76</sup> Die Strafe kann jeder Person auferlegt werden (egal ob Ticketzweitverkäufer oder Betreiber einer Ticketzweitmarktplattform), wobei der maximale Betrag 5.000 £ beträgt.<sup>77</sup> Wichtig ist dabei wieder, dass der Weiterverkäufer sowohl eine private Einzelperson sein kann als auch ein Unternehmer.

b) *Digital Economy Act 2017*, Teil 6, Section 106

Das *Digital Economy Act 2017 (DEA)* enthält eine weitere Vorschrift zur Bekämpfung einiger Praktiken auf dem Ticketzweitmarkt. *Section 106* begründet die Befugnis des entsprechenden Ministers, Verordnungen mit Straftatbeständen zu erlassen für Personen, die elektronische Mittel nutzen, um eine größere Anzahl an Tickets als durch den Ticketerstverkäufer zugelassen zu kaufen. Dabei ist zu beachten, dass diese *Section* selbst keinen neuen Straftatbestand schafft; vielmehr müssten hierfür erst untergesetzliche Rechtsvorschriften erlassen werden. Im Zeitpunkt des Verfassens dieses Berichts war dies noch nicht geschehen. Allerdings wurde am 31. Dezember 2017 ein Entwurf der *The Breaching Limits on Ticket Sales Regulations* vorgelegt, die den in *Section 106 DEA* vorgesehenen Straftatsbestand einrichten werden.<sup>78</sup> Diese wurden gemäss Richtlinie 2015/1535/EU<sup>79</sup> der Europäischen Kommission vorgelegt.

Die Ermächtigung in *Section 106 DEA* setzt bestimmte Umstände voraus:<sup>80</sup>

---

<sup>74</sup> S. 91(6) *CRA*.

<sup>75</sup> S. 93(1) *CRA*. In Nordirland ist die für die Durchsetzung zuständige Behörde das *Department of Enterprise, Trade and Investment*.

<sup>76</sup> S. 93(4) *CRA*.

<sup>77</sup> S. 93(9) *CRA*.

<sup>78</sup> Abrufbar unter <https://www.gov.uk/government/publications/the-breaching-limits-on-ticket-sales-regulations-2017>

<sup>79</sup> Richtlinie (EU) 2015/1535 2015 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft (2015) O.J. L 241/1.

<sup>80</sup> S. 106(2) *DEA*.

- (a) Es werden Tickets für eine Unterhaltungs-, Sport- oder Kulturveranstaltung zum Kauf angeboten;
- (b) Der Ticketkauf kann mittels eines Verfahrens getätigt werden, bei welchem ein elektronisches Kommunikationsnetz oder ein -dienst zum Einsatz kommt;<sup>81</sup>
- (c) Die Tickets werden derart angeboten, dass die Zahl der Tickets, die pro Person erworben werden können, begrenzt ist.

Sind diese Umstände gegeben, so kann eine Handlung, die in der Nutzung elektronischer Kommunikationsnetze/-dienste zur Ermöglichung oder Erleichterung des Kaufprozesses von Tickets liegt und mit der Absicht erfolgt, mehr Tickets zu erhalten, als die Beschränkungen in den Verkaufsbedingungen vorsieht, zu einer Straftat erklärt werden.<sup>82</sup> Sollte eine Verordnung erlassen werden, kann diese auch nur für bestimmte Umstände und bestimmte Handlungen gelten. Vor dem Hintergrund, dass der Hauptzweck dieser Vorschrift das Unterbinden des Einsatzes von sogenannten „bots“ zur Überwindung einer Ticketbegrenzung pro Person,<sup>83</sup> scheint es wahrscheinlich, dass dies auch der erste Straftatbestand sein könnte, sobald eine Verordnung erlassen wird. Eine Straftat kann jedoch lediglich vor dem Magistrates Court (entspricht in etwa einem deutschen Amtsgericht) belangt werden. Eine Freiheitsstrafe darf nicht verhängt werden.<sup>84</sup>

Die Verordnung bedarf der Zustimmung des *House of Parliament*, bevor sie in Kraft treten kann. Diese wird für die ersten Jahreshälfte 2018 erwartet.

#### 4. Vollständiges Verbot des Weiterverkaufs

Obwohl die allgemeine Herangehensweise in der UK sich gegen ein vollständiges Verbot des Ticketweiterverkaufs ausgesprochen hat, gibt es einige Arten von Tickets, für die komplette Weiterverkaufsverbote bestehen. Dies sind für gewöhnlich besondere Arten von Sportveranstaltungen; Verbote gibt bzw. gab es bei:

- A „Designated football match“<sup>85</sup>
- den Olympischen und Paralympischen Spiele 2012 in London<sup>86</sup>

<sup>81</sup> Zur Definition siehe S. 32 des *Communications Act 2003*.

<sup>82</sup> S. 106(3) *DEA*.

<sup>83</sup> Siehe Paragraph 119 der *Government's Explanatory Notes on the Lords Amendments to the Bill*, wie er vom Parlament verabschiedet wurde.

<sup>84</sup> Außerdem darf in Schottland die Geldstrafe 50.000 Pfund nicht überschreiten; in Nordirland gilt die gesetzliche Höchstsumme.

<sup>85</sup> S.166, *Criminal Justice and Public Order Act 1994*. Sub-section (6) dieser *Section* sieht auch die Anwendung dieser *Section* auf andere Sportveranstaltungen vor, bei denen mindestens 6.000 Tickets zum Kauf stehen; bislang wurde davon jedoch noch kein Gebrauch gemacht.

- den *Glasgow Commonwealth Games 2014*<sup>87</sup>

#### 5. Mögliche zukünftige Entwicklungen

Zur Zeit der Verfassung dieses Berichts war die Untersuchung der Ticketzweitmarktbranche durch die *Competition and Markets Authority* noch nicht abgeschlossen.<sup>88</sup> Der Schwerpunkt der Untersuchungen der *CMA* liegt auf der Einhaltung Informationspflichten nach dem *Consumer Rights Act 2015* (s. oben), insbesondere hinsichtlich des Verkäufers und seiner Verbindungen mit der Ticketzweitmarktplattform und dem Veranstalter, bezüglich Ticketbeschränkungen und des Sitzplatzes am Veranstaltungsort. Somit liegt das Hauptaugenmerk auf der Befolgung der aktuellen Gesetzgebung. Darüber hinaus setzt sich die *CMA* mit der Anwendung der Vorschriften zu missbräuchlichen Klauseln bei Musik-, Theater- und Sportorganisationen auseinander, was zu neuen Leitlinien über die Anwendbarkeit dieser Gesetze führen könnte, um eine größere rechtliche Klarheit herzustellen.

### IV. Selbstregulierung der Branche

Die Gesellschaft der Tickethändler und -einzelhändler hat einen Verhaltenskodex für seine Mitglieder herausgegeben, in welchem sie „*good practice*“-Leitlinien aufstellt, sowohl für den Erstverkauf von Tickets als auch für den nachfolgenden Weiterverkauf.<sup>89</sup> Dieser Verhaltenskodex soll den Weiterverkauf von Tickets nicht unterbinden. Stattdessen gelten dessen Richtlinien zum Ticketverkauf sowohl für den Erstverkauf, als auch für den Zweitverkauf. Er enthält gleichermaßen Verpflichtungen für alle Ticketverkäufer sowie Ticketweiterverkaufsplattformen.

*Section 4* des Kodexes verlangt, dass den Kunden ausführliche Informationen über das Ticket zur Verfügung gestellt werden. Insbesondere schreibt *Section 4.1(f)* vor, dass der Kunde über „etwaige Beschränkungen der Übertragbarkeit des Tickets“ informiert werden muss, zusammen mit einem Warnhinweis, dass die Leitlinien zu missbräuchlichen Klauseln der *CMA* darauf hinweisen, dass eine

---

<sup>86</sup> S. 31, *London Olympic and Paralympic Games Act 2006*.

<sup>87</sup> S. 17, *Glasgow Commonwealth Games Act 2008*.

<sup>88</sup> Der neueste Stand ist eine Aktualisierungsmeldung der *CMA – CMA*, Update on Secondary Tickets – 14 march 2017, verfügbar unter: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/58c7b1e3e5274a2a5f000172/update-on-secondary-tickets-14-march.pdf> [zuletzt aufgerufen am 16. Oktober 2017].

<sup>89</sup> Society of Ticket Agents and Retailers, Code of Practice – Secure Tickets from Authorised Retailers, aktualisiert im Juni 2017. Verfügbar unter <http://www.star.org.uk/media/964/cop.pdf>.

Klausel, die die Möglichkeit des Verbrauchers beschränkt, ein erworbenes Ticket weiterzuverkaufen, als missbräuchlich eingestuft werden könnte.<sup>90</sup> Darüber hinaus solle eine Onlinezweitmarktplattform ausreichenden Schutz gewährleisten, um die Kunden zumindest schadlos zu halten, falls sie die bestellten Tickets nicht erhalten, Tickets erhalten, die der Beschreibung nicht entsprechen, oder falls ihnen der Eintritt am Ort der Veranstaltung ohne eigenes Verschulden verweigert wird.<sup>91</sup>

Der Verhaltenskodex stellt ein gutes Beispiel dafür dar, wie Selbstregulierung ein besseres Verbraucherschutzniveau erreichen/sicherstellen kann; der Kodex wurde in Abstimmung mit der *CMA* erstellt. Allerdings besteht für Ticketzweitmarktplattformen keine Pflicht zur Mitgliedschaft der *STAR*, weshalb sich nicht alle dieser Plattformen dazu verpflichten werden, diese Regeln einzuhalten. Bislang gibt es noch keinen Nachweis zur Wirksamkeit dieses Kodexes dabei, die größten Verbraucherschutzbedenken anzugehen. Jedenfalls unternimmt der Kodex beispielsweise keinen Versuch der Regelung des maximalen Preises für den Fall des Weiterverkaufs von Tickets.

---

<sup>90</sup> Siehe oben zur Erörterung dieses Aspekts.

<sup>91</sup> Paragraph 5.2.



---

## H. Rechtsvergleichende Analyse

*Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel*

*Direktor der Forschungsstelle für Verbraucherrecht (FfV), Universität Bayreuth*

*Dr. Tereza Pertot*

*Postdoc-Stipendiatin an der Universität Bayreuth*

*Dipl.iur. Alisa Rank*

*Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Bayreuth*

### I. Vorbemerkungen

Der Tickethandel beschäftigt alle hier behandelten Rechtsordnungen. Jedoch ist bemerkenswert, in welcher unterschiedlichen Ausmaße die untersuchten Rechtsordnungen dem Thema bislang auch politische Beachtung geschenkt haben. Ein zweiter bemerkenswerter Zug ergibt sich aus dem sehr unterschiedlichen Verhältnis, welches die – noch diskutierte oder bereits erlassene – Spezialgesetzgebung zu den allgemeinen Regeln des Tickethandels aufweist. Teilweise bleibt diese Form der Gesetzgebung ganz offenbar nicht ohne Verwerfungen. Der dritte, generelle Zug liegt in einer schleichenden Systemänderung, die mit dem Wandel in der Dokumentation des Tickets von durch den Veranstalter ausgestellten Urkunden als historischem Ausgangspunkt bis hin zur heutigen rein digitalen – meist über mobile Endgeräte verarbeiteten – Instrumenten einhergeht.

Wenn in Deutschland bislang kaum über spezifische Regulierungen für Ticket-Zweitmärkte diskutiert worden ist, so dürfte dies – ohne das vorliegend eine empirische Untersuchung insoweit möglich war – seine Ursache auch in der tendenziell wertpapierrechtlichen Grundausrichtung des klassischen deutschen Ticketrechts liegen. Abgesehen vom Umfeld der Fußballweltmeisterschaft 2006<sup>1</sup> hat man sich in deutschem Recht weitgehend mit der Diskussion anhand der allgemeinen Maßstäbe des Wertpapierrechts (insbesondere § 807 BGB), des Lauterkeitsrechts und teilweise auch des Kartellrechts begnügt. Die infolge des digitalen Ticketing und der zunehmenden Personalisierung erfolgende Verdrängung der bisherigen auf § 807 BGB gestützten wertpapierrechtlichen Grundauffassung dürfte nunmehr auch hierzulande Regulierungsbedarf nach sich ziehen.

Insoweit sind die Niederlande – trotz Scheiterns der jüngsten Gesetzesinitiative – schon etwas weiter, auch wenn diese Rechtsordnung

---

<sup>1</sup> Etwa *Weller NJW* 2005, 934 ff.; *Gutzeit BB* 2007, 113 ff.

überwiegend ein dem klassischen deutschen Recht des Ticketing entsprechendes Lösungsmodell zum Ausgangspunkt hat. Ganz anders ist die Situation in den übrigen untersuchten Rechtsordnungen (Frankreich, Italien, Spanien, Vereinigtes Königreich), die zum Teil seit Jahrzehnten mit Ticketschwarzmärkten und ihren Nebenerscheinungen zu kämpfen haben und diesen Kampf auch mit gesetzgeberischen Mitteln führen. Während für Frankreich und Italien insoweit der Zentralstaat – nicht selten branchenspezifisch – tätig geworden ist, liegen die entsprechenden Regulierungskompetenzen – jenseits der privatrechtlichen Grundlagen – für Spanien offenbar auf der Ebene der Provinzen.

Als besonders ausführlich darf auch die Diskussion im Vereinigten Königreich bezeichnet werden, wofür auch die nicht vorhandene Kodifizierung des Privatrechts eine nicht unwesentliche Rolle spielen mag: Ohne eine hinreichende Zahl von Präzedenzien, sind die Veränderungen der Ticketmärkte hier vor allem Gegenstand einiger Berichte von Regierungseinrichtungen gewesen, welche Preisgestaltungen ebenso zum Gegenstand haben wie die Übertragbarkeit von Tickets sowie die Anforderungen an Zweithändler. Spielen in den romanischen Rechtsordnungen auch Marktordnungsaspekte eine wesentliche Rolle, so verfolgt das englische Recht offenbar in erster Linie verbraucherschützende Ziele. Diese erklären auch die mangelnde Bereitschaft, Zweitmärkte stärker einzuschränken. Im Gegenteil machen die jüngsten gesetzgeberischen Schritte im Consumer Rights Act 2015 und im Digital Economy Act 2017 deutlich, dass der Ticketzweithandel als solcher aus Sicht der englischen Verbraucherpolitik gerade nicht negativ einzuschätzen ist, sondern es lediglich des Schutzes gegen bestimmte Praktiken bedarf. Ganz in diesem Sinne sind in jüngerer Zeit auch zwei Versuche gescheitert, Obergrenzen für die Wiederverkaufspreise auf Zweitmärkten einzuführen.

## **II. Divergierende Grundansätze**

Die rechtsvergleichende Umschau zeigt, dass die untersuchten Rechtsordnungen im Ausgangspunkt zwei verschiedenen Modellen zur rechtlichen Behandlung von Tickets folgen, welche sich auch auf den Ticketzweithandel ganz verschieden auswirken. Zum einen wird – vor allem in Deutschland, aber auch in den Niederlanden – dem Ticket Wertpapierqualität zugeschrieben. Das Recht aus dem Papier folgt dann dem Recht am Papier. Zum anderen findet sich in allen untersuchten Rechtsordnungen das Ticket (gegebenenfalls zusätzlich) als Dokument mit bestimmten Legitimationswirkungen, welches die Forderung aber nicht im engen Sinne verkörpert. Streng genommen folgt hier das Recht am Papier dem Recht aus dem Papier, sodaß – zumindest im theoretischen Ausgangspunkt – der tatsächliche Ticketinhaber dem Inhaber der jeweils durch Abtretung übertragenen Forderung zur Übergabe des Dokuments verpflichtet ist.

### 1. Wertpapierartige Konstruktion

Einer wertpapierartigen Konstruktion bei der rechtlichen Erfassung von Tickets folgen traditionell Deutschland und die Niederlande. Sie betrifft Eintrittskarten, die nicht auf einen bestimmten Namen ausgestellt wurden. Bei diesen handelt es sich um eine urkundliche Verkörperung des Leistungsversprechens des Veranstalters mit Wertpapiercharakter (kleines Inhaberpapier iSv § 807 BGB/*toondervordering*). Dieses Leistungsversprechen begründet für den Inhaber des Papiers einen (zusätzlichen) Leistungsanspruch „aus dem Papier“.

Die untersuchten romanischen Rechtsordnungen folgen diesem Ansatz hingegen regelmäßig nicht, sondern gehen ganz überwiegend von reinen Legitimationswirkungen von Tickets aus. Zwar verfügen diese Rechtsordnungen grundsätzlich ebenfalls über die Möglichkeit wertpapierrechtlicher Organisation von Dokumenten über Ansprüche auf Veranstaltungsteilnahme, jedoch wird dieser Weg – vermutlich aus historischen Gründen, insbesondere wohl wegen der historischen Nähe von Wertpapieren zum Kern des Handelsrechts – in der Praxis nicht beschritten. Die Nähe zum Wertpapier spiegelt sich freilich in der – nicht immer frei von Irreführungsgefahren bleibenden – begrifflichen Einordnung als uneigentliche Wertpapiere (*titulos improprios/titoli impropri*) wieder, ohne daß daraus Wertpapiereigenschaften abgeleitet werden könnten.

Das englische Recht unterstützt die wertpapierrechtliche Perspektive – entsprechend dem Stil dieser Rechtsordnung kaum überraschend – schon nicht begrifflich, sondern befaßt sich vielmehr mit der Sachfrage, ob eine Übertragung von Tickets wie eine Ware (*commodity*) erfolgen solle. Für eine solche Erfassung der Übertragung findet sich freilich im Case Law keine Unterstützung. Zudem war sie in den rechtspolitischen Debatten der jüngeren Zeit umstritten.

Genau in diesem Sinne einer Behandlung nach den Grundsätzen über Mobilien verfahren das niederländische wie auch das deutsche Recht und übertragen die Inhaberschaft von Tickets mit Wertpapiercharakter wie bewegliche Sachen (Art. 3:93 BW; §§ 929 ff. BGB). Das darin verkörperte „Recht aus dem Papier folgt dem Recht am Papier“.<sup>2</sup> Während das spanische Recht diesen Übertragungsweg konsequenterweise ablehnt, ist in Italien die – vom Gesetz nicht ausdrücklich getragene – Auffassung unbestritten, daß trotz fehlender Einordnung als Wertpapier ebenfalls eine Übertragung nach den Regeln für bewegliche Sachen

---

<sup>2</sup> Für eine Fundamentalkritik dieses wertpapierrechtlichen Ansatzes für das deutsche Recht s. *Schmidt*, Das Eigentum am Wertpapier und das verbrieftes Recht, Diss. Köln 1955, wo konsequenterweise auch § 952 BGB auf Wertpapiere angewandt wird. Durchgesetzt hat sich dieser Zugang freilich nicht.

erfolgt. Die mit dieser Einordnung verbundene leichtere Übertragbarkeit von Eintrittskarten wird in allen untersuchten Rechtsordnungen wahrgenommen.<sup>3</sup>

Dabei wird die starke Stellung des Ticketinhabers nicht allein durch die an Besitz und Übergabe gekoppelte Weiterübertragungsmöglichkeit ausgedrückt. Sie schlägt sich vielmehr auch in der Legitimationswirkung des Tickets und der Liberationswirkung der Leistung auf das Ticket nieder, die lediglich bei Bösgläubigkeit des Ticketinhabers im Sinne seiner positiven Kenntnis von der Nichtberechtigung ausgeschlossen wird. Zumindest für das deutsche Recht kommt auf diese Weise auch ein gutgläubiger Erwerb an Tickets vom Nichtberechtigten in Betracht. Zugleich schränken §§ 137, 796 BGB die Restriktionen der Übertragbarkeit jedenfalls für das deutsche Recht erheblich ein.<sup>4</sup>

Das für die Legitimations- und Liberationswirkung bei Gestaltung als Wertpapier entscheidende Vorlageerfordernis verleitet bei der Untersuchung der nationalen Rechtsordnungen gelegentlich zu Mißverständnissen und Abgrenzungsschwierigkeiten. So wird etwa in Spanien erwogen, bereits aufgrund der Vorlagenotwendigkeit den Wertpapiercharakter von Eintrittskarten anzunehmen und eine schlichte Anspruchsbescheinigung zu verneinen. Diese Verknüpfung von Vorlageerfordernis und Einordnung als Wertpapier mag von rechtspolitischen Ideen nach erleichterter Verkehrsfähigkeit getragen sein, hat sich jedoch nicht durchgesetzt: Es bleibt insoweit bei der begrifflichen Einordnung als „uneigentliches“ Wertpapier, sodaß die skizzierten Wertpapierwirkungen für das spanische Recht auch bei einem Vorlageerfordernis gerade nicht eintreten.

Keine Lösung haben die Rechtsordnungen der Wertpapierlösung bislang für digitale Tickets ausgebildet. Vielmehr wird in beiden Rechtsordnungen bislang jeweils angenommen, daß das Wertpapier (kleines Wertpapier respective *Toonderpapier*) nach geltendem Recht nicht elektronisch ausgestellt wird. Zwar finden sich im deutschen Schrifttum Vorschläge, die betreffenden Papiere gleichwohl als kleine Wertpapiere einzuordnen. Hierzu wird insbesondere auf den Barcode und die dadurch entstehende Individualisierung des Tickets verwiesen.<sup>5</sup> Jedoch kommt ohne eine physische Verkörperung eine Übereignung nach Mobiliarsachenrecht von vornherein nicht in Betracht. Das gilt auch dann, wenn

---

<sup>3</sup> So für das englische Recht verbunden mit der rechtspolitischen Erwägung, auf diese Weise Ticketzweitmärkte leichter zu ermöglichen, die Überlegungen bei *Watterson*, Independent Review of Consumer Protection Measures concerning Online Ticketing Facilities (Mai 2016) IND 16/7 sowie nachfolgend bei *Conway*, Secondary Ticketing, House of Commons Library Briefing Paper CBP4715, 9. Mai 2017, wo die rechtspolitische Debatte nachgezeichnet und ihre bewußte Begrenzung auf die Besitigung von Mißständen der Zweitmärkte deutlich wird. Siehe auch die weiteren im Länderbericht zum Vereinigten Königreich sub I zitierten Berichte.

<sup>4</sup> Dazu noch unten sub V 1.

<sup>5</sup> *Ulbricht* in Michow/Ulbricht § 8 Rn. 722. Näher dazu im deutschen Länderbericht I.1.c).

ein Ausdruck des Tickets beim Ersterwerber erfolgt ist und dieser nun weiter in Verkehr gebracht wird.

Für das niederländische Recht erwartet der Länderbericht die zeitnahe Einführung einer entsprechenden erweiternden Regelung und zeigt zudem eine besondere Konstruktion auf, durch welche entsprechende Wirkungen – zumindest weitgehend – erzeugt werden können. Der dafür zu beschreitende Weg einer Drittbegünstigungsklausel oder eines öffentlichen Angebots weist freilich nicht unerhebliche Risiken für den Veranstalter auf. Ähnliche Diskussionen um eine Dematerialisierung von Forderungstiteln finden sich – dann vor allem für Legitimationsurkunden – auch in anderen untersuchten Rechtsordnungen, so etwa für England und Italien (siehe unten sub ■), ohne daß dies bislang zu einer Ausweitung wertpapierrechtlicher Gestaltungen geführt hätte.

## 2. (Schlichte) Legitimation des Anspruchsinhabers

Unter der zweiten – sämtlichen hier untersuchten Rechtsordnungen bekannten – Konstruktion hat das Ticket keinen rechtlichen Eigenwert, sondern repräsentiert lediglich die Forderung gegen den Veranstalter. Dabei entfaltet das Ticket Legitimationswirkungen dergestalt, daß der Veranstalter zur Leistung an den jeweiligen Inhaber mit befreiender Wirkung berechtigt ist. Besonders deutlich ergibt sich dies für das deutsche und das italienische Recht. Für das niederländische und das spanische sowie das französische Recht läßt sich dies nicht mit derselben Sicherheit belegen. Tendenziell wird – wie auch für das englische Recht – das Papier als Beweismittel angesehen, wobei dessen Wirkungen angesichts der unterschiedlichen Positionen gutgläubig leistender Schuldner durchaus verschieden sind. Insgesamt liegt der Verdacht nicht fern, daß zumindest für die romanischen Rechtsordnungen teilweise die Unklarheit der Ticketwirkungen Teilursache der innerstaatlichen Probleme auch für Ticketzweitmärkte sind. Empirisch nachzuweisen war dies freilich hier nicht.

Weitgehende Einigkeit besteht jedenfalls darüber, daß bei Konstruktionen dieser Art die Übertragung des Tickets jeweils nach den Regeln der Forderungsabtretung geschieht. Da-bei kann insbesondere bei unklarer Inhaberschaft der Forderung der Sachherrschaft<sup>6</sup> am Ticket gleichwohl eine Gutgläubensschutzfunktion zukommen, die das allgemeine Abtretungsrecht ohne vorhandene Dokumentation so nicht kennt. In diesem Sinne kommen – etwa im § 405 BGB, aber auch in anderen Rechtsordnungen – abgeschwächte Legitimationswirkungen kraft Ticketvorlage in Frage. Das gilt insbesondere soweit

---

<sup>6</sup> Das bedeutet angesichts sehr stark divergierender Konzepte von Besitz und Detention (also in etwa dem Funktionsäquivalent zum deutschen Fremdbesitz) in den untersuchten Rechtsordnungen nicht notwendig Besitz.

Rechtsordnungen die gutgläubige Leistung an einen Scheingläubiger generell (Art. 1342-3 frCc) oder jedenfalls für dokumentierte Forderungen für wirksam erklären.<sup>7</sup>

### **III. Wirkungen des Tickets im Allgemeinen**

Die Wirkungen von Tickets im Allgemeinen und ihre Verwendbarkeit im Ticketzweithandel im Besonderen fußen selbstverständlich zu großen Teilen auf dem von der betreffenden Rechtsordnung respective den Parteien gewählten Grundmodell der Ausgestaltung, also den beschriebenen Konstruktionen der Wertpapierlösung und der Abtretungslösung mit Legitimationspapier.

Während aus der klassischen deutschen Perspektive die Wertpapierlösung wohl nach wie vor als Regelfall angesehen wird, wird im Folgenden für die Strukturierung des Berichts stattdessen die in den Vergleichsrechtsordnungen überwiegende Abtretungslösung mit bestimmten Legitimationswirkungen der Urkunde als Regelfall behandelt. Dies ist rechtsvergleichend bereits deshalb angezeigt, weil es sich um die überwiegende Lösung unter den untersuchten Rechtsordnungen handelt.

Vor allem aber deutet die praktische Entwicklung – jedenfalls bei unverändert fortbestehender Rechtslage – auch für die grundsätzlich dem Wertpapiermodell verpflichteten Rechtsordnungen in Richtung Abtretungslösung. Dies liegt zum einen am Trend zur Personalisierung der Tickets, welche die Wertpapierlösung – zumindest nach geltendem Recht – weitgehend ausschließt, und zum anderen am Trend zur Ausstellung rein digitaler Tickets, welche nicht mit einer Verkörperung durch den Aussteller verbunden sind.

Für diesen bereits heute überwiegend und zukünftig sicher noch zunehmenden Markt der Abtretungslösung sind rechtspolitisch neue Regeln zu entwickeln. Hingegen wird ohne erhebliche Rechtsänderungen die Wertpapierlösung nach derzeitigem Stand weitgehend der Vergangenheit angehören. Das gilt zumindest bei Veranstaltungen einer Größenordnung, welche die Verwendung digitaler Tickets und die Eröffnung von Zweitmärkten lohnend sein läßt. Insoweit stellt sich die Frage, ob die – teilweise offensichtlichen – Vorteile der Wertpapierlösung nicht auch deren Fortschreibung in die digitale Welt sinnvoll erscheinen lassen. Für beide Lösungen deutet sich also Regulierungsbedarf an.

---

<sup>7</sup> Dazu unten sub III. 4.

### 1. Übertragbarkeit

Auch außerhalb der Wertpapierlösung steht die grundsätzliche Übertragbarkeit der Forderung aus dem Ticket gegen der mit im Ticket dokumentierten Forderung außer Frage. Insoweit gelten ganz überwiegend Zessionsregeln, wobei das italienische Recht die für bestimmte Konstellationen die Regeln über die Mobilienübertragung an deren Stelle treten läßt.<sup>8</sup>

Ein gutgläubiger Erwerb an der Forderung kommt insoweit zwar nicht in Betracht. Legitimationswirkungen und Gutgläubensschutz zugunsten des Veranstalters aufgrund der Urkundenvorlage<sup>9</sup> sind damit jedoch nicht ausgeschlossen; der Zweiterwerber erhält freilich keine hinreichend gesicherte Position.<sup>10</sup> Selbstverständlich wird aufgrund der Abtretung dem Erwerber auch die Urkunde selbst zugesprochen, wobei dies überwiegend nicht mit der Klarheit des § 952 II BGB erfolgt<sup>11</sup> und auch nicht immer deutlich wird, ob diese Berechtigung dingliche Wirkungen hat. Schuldrechtlich ist der Zedent jedoch regelmäßig zur Aushändigung derartiger Papiere verpflichtet.

### 2. Anzeige an den Veranstalter?

Die Radikalität der deutschen stillen Zession<sup>12</sup> wird von den hier verglichenen Rechtsordnungen durchweg nicht gleichermaßen geteilt. Teilweise ist die Anzeige an den Schuldner Wirksamkeitserfordernis (Italien<sup>13</sup>, Frankreich<sup>14</sup>), sofern sie nicht durch eine Zustimmung des Schuldners ersetzt wird. Die Niederlande kennen

<sup>8</sup> Stellt ein Ticket ein „titolo improprio“ dar, dann erfolgt seine Übertragung unter italienischem Recht nicht nach den allgemeinen Regeln über die Abtretung. Daher ist für die Übertragung die Übergabe der Urkunde ausreichend. So etwa Pérez Millán, Documenti di legittimazione e titoli impropri, 2005, 145. Das Indossament ist für die Übertragung der uneigentlichen Inhaberpapiere (welche gerade die nicht personalisierten Tickets sein könnten) nicht erforderlich. So Lener/Stella Richter jr, in Enrico Gabrielli, Commentario del Codice Civile, Delle promesse unilaterali – Dei titoli di credito – Artt. 1987-2027, Leggi collegate, 2015, Cc Art. 2002, S. 281. Für die von der Qualifikation der Tickets abhängigen Unterschiede bei ihrer Übertragung, s. Länderbericht Italien, sub I.1.2.2 und II.

<sup>9</sup> Dazu noch unten sub III.4.

<sup>10</sup> Für Frankreich wäre in Anwendung von Art. 2276 Cc ein gutgläubiger Erwerb des Tickets theoretisch möglich, würde aber dem Erwerber nur helfen, wenn dadurch zugleich die Forderung erworben würde. Dies hat sich freilich in Rechtsprechung und Schrifttum zum französischen recht nicht nachweisen lassen, s. Länderbericht Frankreich I. 4.

<sup>11</sup> Dazu mehr im Länderbericht Deutschland I. 2. b.

<sup>12</sup> In Deutschland ist die Anzeige der Übertragung in keinem Fall erforderlich. S. Länderbericht Deutschland I.2.b.

<sup>13</sup> In Italien ist die Anzeige gem. Art. 1264 Abs. 1 itCc die Voraussetzung der Wirksamkeit der Abtretung gegenüber dem Schuldner, s. Länderbericht Italien II.1.1.

<sup>14</sup> Vgl. Länderbericht Frankreich I.3.

mit Anzeige und Zustimmung beide Wege, stellen an diese freilich unterschiedliche formale Anforderungen<sup>15</sup>, während das englische Recht grundsätzlich zwar die Anzeige *at law* verlangt<sup>16</sup>, jedoch *in equity* einer solchermaßen nicht angezeigten Abtretung durchaus Rechtsfolgen beizumessen gewillt ist. Das spanische Recht macht die Anzeige vornehmlich zur Voraussetzung für das Entstehen von Drittwirkungen, während sie im Innenverhältnis zwischen Zedent und Zessionar nicht erforderlich ist.<sup>17</sup>

Aus deutscher Sicht ist die Komplexität der so erzielten Lösungen durchaus erstaunlich. Für Italien wird sie noch dadurch gesteigert, daß bei den sogenannten uneigentlichen Wertpapieren auf die Anzeige – ausnahmsweise – gänzlich verzichtet wird, womit auch unterhalb der Wertpapierschwelle nach verschiedenen Tickettypen zu unterscheiden ist. Angesichts dieser Vielfalt auch innerhalb der verschiedenen Rechtsordnungen verwundert es nicht, daß diese Lösungen für Probleme des Ticketzweithandels häufig nicht im Bereich der allgemeinen Regeln suchen – der Grund, auf dem eine solche Lösung aufzusetzen hätte, ist schlicht zu unsicher.

### 3. *Mitwirkung des Veranstalters erforderlich?*

Die Lage wird nicht eben übersichtlicher durch die Funktion verschiedener Zustimmungserfordernisse und Zustimmungswirkungen. Während in Deutschland und den Niederlanden auch unter der Abtretungslösung eine Zustimmung des Veranstalters zur Übertragung von vornherein nicht erforderlich – und jedenfalls herkömmlich mit dem Ticket als Legitimationsinstrument – ist und dasselbe im Ausgangspunkt auch für Spanien und Italien gilt, sehen diese Rechtsordnungen aber die Möglichkeit einer Vereinbarung von Zustimmungserfordernissen für einen Weiterverkauf von Tickets respective die Ersetzung der Anzeige durch die Zustimmung vor.<sup>18</sup>

Besonders schwierig ist die Lage in Frankreich, wo die besondere strafrechtliche Sanktion gegen gewerblichen Ticketzweithandel in Art. 313-6-2 Cp die Strafbarkeit bei Zustimmung des Veranstalters ausschließt und sich – anders als nach altem französischem Recht – seit der französischen Schuldrechtsreform von 2016 gewisse Unsicherheiten hinsichtlich der zivilrechtlichen Wirkungen dieses Zustimmungserfordernisses ergeben. Die Unklarheit der entstandenen Rechtslage, aber auch die Radikalität der – jedenfalls bis 2016 gesicherten – Rechtsfolge der

---

<sup>15</sup> S. Art. 3:94 BW. Mehr dazu in GS Vermögensrecht, art. 3:94 BW, aant. 2.2.1., 4 ff.

<sup>16</sup> Für die Rechtslage in den Vereinigten Königreich, siehe den entsprechenden Länderbericht II.b.

<sup>17</sup> S. Länderbericht Spanien I.1.

<sup>18</sup> Für Spanien, s. den Länderbericht I.1, I.2, I.3. Für eine ähnliche Lösung in Italien, vgl. Art. 1264 I itCc. Mehr dazu im Länderbericht Italien II.1.1.

Nichtigkeit der Abtretung<sup>19</sup> zeigen eindrucksvoll, welche Wirkungen starke gesetzgeberische Eingriffe auf die Übersichtlichkeit respective Komplexität der zivilrechtlichen Rechtslage haben können, ohne die Wettbewerbssituation oder den spezifischen Verbraucherschutz nennenswert zu verbessern. Umgekehrt verdeutlicht das Beispiel recht schön, wie die unübersichtliche Lage bei der Übertragung einen Gesetzgeber zu (vermeintlich) „klaren“ Lösungen verführt.

#### 4. *Nutzbarkeit des Tickets – Legitimationswirkung*

Die Wirksamkeit der Übertragung wie auch das regelmäßig fehlende Erfordernis einer Zustimmung durch den Veranstalter sichert dem Zweiterwerber nicht notwendig die Nutzbarkeit des Tickets. Ohne weitere Schutzmechanismen liefe der Veranstalter nämlich Gefahr, nach einem vermeidlichen Zessionar auch dem wahren Berechtigten gegenüber leisten zu müssen. Dementsprechend kommen Verweigerungsbefugnisse in Betracht, die freilich praktisch umso unattraktiver werden, je größer die Legitimationswirkungen der Ticketvorlage sind. Für eine wertpapierrechtliche Lösung sind diese Legitimationswirkungen ohnehin selbstverständlich, was die Förderung der Zweitmarktentstehung durch die mit dem Wertpapierrechtscharakter begründete Verkehrsfähigkeit der Tickets nochmals unterstreicht.

##### a) *Legitimationswirkung des Tickets*

Herkömmlicher Schlüssel der bestehenden faktischen Verkehrsfähigkeit von Tickets auch unter der Abtretungslösung liegt in deren Legitimations- und Liberationswirkungen. Diese sind vor allem für das deutsche und das italienische Recht besonders ausgeprägt. Bei Vorliegen der formalen Voraussetzungen nach Art. 2002, 1189 itCc respective § 808 BGB erlaubt die Vorlage des Tickets die Leistungserbringung mit schuldbefreiender Wirkung an dessen Inhaber. Nicht gleichermaßen klar ist – vor allem für das italienische Recht aber auch nach deutscher Rechtsprechung – der Kreis der Ausnahmen von der entsprechenden Legitimationswirkung wegen mangelnder Gutgläubigkeit des Leistenden.<sup>20</sup>

Hingegen fallen die Wirkungen des Dokuments nach niederländischem, englischem und spanischem Recht erheblich schwächer aus und werden zumeist nur beweisrechtlich formuliert. Das bedeutet insbesondere, daß der Veranstalter aufgrund der einbehaltenen Karte im nachfolgenden Prozeß das Ticket zum Beweis der Leistung an den „wahren“ Gläubiger nutzen kann. Praktisch ermöglicht dies

---

<sup>19</sup> Für die Möglichkeit der Weitergeltung dieser radikalen Lösung auch nach der Reform von 2016, s. Länderbericht Frankreich I.2.

<sup>20</sup> S. hierzu MüKoBGB/*Habersack* § 808 Rn. 14 f. (mit Nachweisen zur Rechtsprechung). Vgl. für Italien, den entsprechenden Länderbericht II.1.3.

die befreiende Leistung an den Inhaber des Tickets, ohne daß sich vergleichbare materielle Befreiungswirkungen wie nach den Regeln des deutschen und italienischen Rechts haben feststellen lassen.

Allein aufgrund der Urkundenvorlage ist freilich der Schuldner nach keiner der untersuchten Rechtsordnungen außerhalb der Wertpapierlösung zur Leistung aufgrund der Urkundenvorlage verpflichtet.<sup>21</sup> Diese Verpflichtung kann allein aufgrund der – dem Ticket nicht zu entnehmenden – Forderungsinhaberstellung des Gläubigers bestehen, sodaß dem Schuldner auch bei vorgelegtem Papier ein Leistungsverweigerungsrecht zusteht, wenn der Vorlegende nicht Forderungsinhaber ist. Zusätzlich kann der Schuldner auch bei bestehender Rechtsinhaberschaft des Gläubigers die Leistung verweigern, solange ihm die Urkunde nicht ausgehändigt wird. Angesichts der Beweis- aber auch der Legitimationswirkungen sollte dies an sich eine Selbstverständlichkeit sein, findet sich aber in den Vergleichsrechtsordnungen – anders als in der ausdrücklichen Regelung in § 808 II 1 BGB – allenfalls angedeutet.

Eine weit weniger formalisierte Legitimationswirkung des Tickets ergibt sich für die romanischen Rechtsordnungen teilweise aus den allgemeinen Regeln zum Schutz des gutgläubig Leistenden. Soweit entsprechende Generalklauseln – wie etwa in Art. 1189 itCc oder Art. 1342-fr3 Cc<sub>neu</sub> / Art. 1240 frCC<sub>alt</sub> – bestehen, kommt dem Ticket bei der Begründung des erforderlichen Rechtsscheins eine nicht unerhebliche praktische Bedeutung zu, ohne daß damit notwendig die gleichen Wirkungen wie beim deutschen oder auch italienischen formalen Legitimationspapier entstehen.

#### b) Verweigerungsbefugnis

Kehrseite der reinen Legitimationswirkung ist – trotz des Schutzes des Rechtsscheins und des daraus folgenden Vertrauens – die Verweigerungsbefugnis des Veranstalters. Auch wenn diese praktisch nicht regelmäßig ausgeübt wird, bleibt sie doch ständige Bedrohung des Zweiterwerbers, der sich insoweit seiner praktischen Durchsetzungsmöglichkeit des erworbenen Anspruchs auf Teilnahme an der Veranstaltung nicht sicher sein kann.

Insoweit schützt das Legitimationspapier und schützen die Regeln über die Leistung an den Scheingläubiger lediglich den Veranstalter als Schuldner, nicht aber einen etwaigen Zweiterwerber, was die Abtretungslösung für den Zweiterwerber deutlich ungünstiger erscheinen läßt als die Wertpapierlösung. Das gilt trotz ihres regelmäßigen Funktionierens in der Praxis, hat doch der Veranstalter

---

<sup>21</sup> Im italienischen Schrifttum findet sich freilich gelegentlich auch die Auffassung, daß der Gläubiger berechtigt sei, die Leistung auf Grundlage der vorgelegten Urkunde zu verlangen, etwa *Libonati*, *Titoli impropri e documenti di legittimazione*, in *Noviss. Dig. it.*, XIX, 1973, 364. Vgl. Länderbericht Italien II.1.3. Das kommt der Wertpapierlösung zumindest sehr nahe.

gegenüber dem Zweiterwerber erheblich mehr Befugnisse als gegenüber dem Zweiterwerber in der Wertpapierlösung.

c) Legitimationswirkungen elektronischer Tickets?

Während für das deutsche Recht weitgehend Sicherheit dahingehend besteht, daß die soeben beschriebenen Legitimationswirkungen unter § 808 BGB bei elektronischen Tickets mangels Urkundenqualität nicht eintreten, würden die bestehenden Schutzvorschriften zugunsten des an den Scheingläubiger leistenden Schuldners (etwa Italien, Frankreich) möglicherweise auch hier den im analogen Bereich bestehenden Schutz des Veranstalters gewährleisten, weil diese Bestimmungen nicht an die Urkundenqualität anknüpfen. Vielmehr genügt es, daß der Schuldner legitimer Weise von der Gläubigereigenschaft des Leistungsempfängers ausgehen durfte. Positive Nachweise dafür aus Judikatur und Schrifttum für Eintrittskarten finden sich jedoch bislang nicht. Die 2016 erfolgte Neufassung der entsprechenden Vorschrift des französischen Rechts in Art. 1342-3 frCc, wonach nicht mehr nur die gutgläubige Leistung an eine Person *en possession de la créance* geschützt wird, sondern schlicht die gutgläubige Leistung an einen Scheingläubiger, deutet aber genau auf eine solche Ausweitung hin.

Im Übrigen ist der rechtsvergleichende Befund zu diesem Punkt eher dünn, was angesichts der bereits für die analoge Welt sparsamen Regelungspraxis nicht besonders überrascht. Daß auch ein einzigartiger QR-Code faktische Legitimationswirkungen entfaltet und eine Übertragung der in der elektronischen Urkunde „verkörperten“ Ansprüche auch auf elektronischem Wege möglich ist, erklärt zwar das praktisch häufige Funktionieren der Zweitmärkte hinreichend, begründet jedoch keine hinreichende rechtliche Sicherheit des Zweiterwerbers. Für das französische Recht ist diese ohnehin aufgrund der Strafdrohung nur ganz eingeschränkt gegeben, wobei der einschlägige Straftatbestand des Art. 313-6-2 Cp von vorneherein auch elektronische Tickets erfaßt.

Für alle untersuchten Rechtsordnungen ergibt sich insoweit erheblicher Klärungsbedarf hinsichtlich der Rechtswirkungen elektronischer Tickets. Nicht allein wird für die Niederlande und für Deutschland die bisher offenbar gut funktionierende Wertpapierlösung verdrängt (siehe oben II.1). Vielmehr sind auch die – weit weniger zweiterwerberfreundlichen – Legitimationswirkungen jedenfalls insoweit in Frage gestellt, als diese an die Verkörperung im Sinne einer klassischen Urkunde gekoppelt sind. Ob mit den Generalklauseln zum Schutz des Schuldners bei Leistung an den Scheingläubiger hier ein adäquater Ausgleich geschaffen wird, darf zumindest für die nähere Zukunft bezweifelt werden.

#### 5. *Erforderlichkeit einer Änderung des Tickets*

Eine Änderung des Tickets als Folge der Übertragung ergibt im Ausgangspunkt nur für Fälle der veranstalterseitigen Personalisierung des Tickets einen Sinn. Rechtlich erforderlich ist sie freilich nach der Mehrzahl der Vorschriften (Deutschland, Niederlande, Italien und Frankreich) nicht. Anderes gilt für Italien im Anwendungsbereich des Ministerialdekrets vom 6. Juni .2005<sup>22</sup>, weil dieses für die erfaßten Tickets deren Personalisierung vorschreibt.

Gänzlich anders erfordert offenbar das spanische Recht – jedenfalls *de iure* – immer eine Änderung des Tickets, weil dieses bei Einlaß vorzulegen ist und Inhaber und Berechtigter übereinstimmen müssen. Die – im Vorfeld der Fußballweltmeisterschaft 2006 auch für Deutschland besonders diskutierten – sicherheitsrechtlichen Gebote einer Personalisierung der Tickets scheinen sich hingegen nicht wirklich hindernd auf den Ticketzweithandel auszuwirken. Vermutlich wiegen die zahlreichen zivilrechtlichen und kautelarjuristischen Hindernisse der Übertragbarkeit praktisch schlicht schwerer.

#### 6. *Steuerliche Anforderungen*

Zu beachten ist schließlich, daß sich auch aus steuerrechtlichen Anforderungen Auswirkungen auf die Eröffnung von Ticketzweitmärkten haben können. Das gilt insbesondere für die vom Ticketinhaber geforderte Dokumentation der Entrichtung der anfallenden Umsatzsteuer.

Besonders ausführlich ist dies in Art. 290quater des französischen *Code général des impôts* geregelt. Für bestimmte analoge Eintrittskarten bedarf es dabei der physisch verkörpert urkundlichen Ausstellung durch eine Registrierkasse, während generell auch die Ausstellung elektronischer Tickets steuerlich zulässig ist. Offenbar wird den meisten Veranstaltern vom französischen Gesetzgeber eine hinreichende (Umsatz-)Steuerehrlichkeit zugetraut.

### **IV. (Parallele) Vertragliche Pflichten und Rechte (außerhalb des Tickets)**

Für das richtige Verständnis der rechtsvergleichenden Umschau ist zudem wichtig, daß die Inhalte des Tickets die Rechtsbeziehungen zwischen den Beteiligten (Veranstalter, Kunden und Zweithändler) zumindest vielfach nicht abschließend erfassen. So beschränkt sich im Wertpapiermodell die geschuldete

---

<sup>22</sup> Decreto Ministeriale “Modalità per l’emissione, distribuzione e vendita dei titoli di accesso agli impianti sportivi di capienza superiore alle diecimila unità, in occasione di competizioni sportive riguardanti il gioco del calcio”, G.U. 30.6.2005, S. 11 ff. Dieses Dekret betrifft freilich nur Eintrittskarten für Fußballspiele, die in Stadien mit einer Kapazität von mehr als 10.000 Personen stattfinden.

Leistung des Veranstalters nicht auf das Ticket. Vielmehr bestehen daneben Leistungsansprüche aus Vertrag, die freilich von der Ticketvorlage abhängig gemacht werden können. Letzteres gilt auch für die Abtretungslösung und folgt dort für das deutsche Recht aus § 808 II 1 BGB.

Für die Rechtsbeziehungen zwischen dem (Zweit-)Händler und dem (zweiterwerbenden) Kunden hängt das Rechtsverhältnis ebenfalls vom gewählten Modell ab. Während es bei der Wertpapierlösung regelmäßig um rein kaufvertragliche Gestaltungen geht, ergeben sich aus den komplexen Gestaltungen der nationalen Abtretungs- und Vertragsrechte bei der Abtretungslösung weitere Erwartungen – in der Regel (vertragliche) Pflichten – an den Zweithändler, der die Benutzbarkeit des Tickets sicherstellen muß.

### 1. Veranstalter

Für die grundsätzliche Verpflichtung des Veranstalters werden – trotz gelegentlicher Rede vom Kauf (Italien)<sup>23</sup> – vor allem verschiedene Formen eines auf eine Dienstleistung gerichteten Vertrages diskutiert. Daneben findet sich nicht selten (insbesondere England und teilweise Frankreich) auch das Modell der Nutzungsbefugnis oder Lizenz für den betreffenden (Sitz-)Platz, sodaß mietvertragsähnlich gedacht wird.<sup>24</sup>

Schwierigkeiten bereitet die richtige Bestimmung des Verhältnisses des Kunden zum Veranstalter beim Ersterwerber des Tickets teilweise schon dann, wenn der Kunde nicht direkt vom Veranstalter, sondern von einer für diesen am Erstmarkt auftretenden Vertriebsperson erwirbt. Unter der Wertpapierlösung ist auch insoweit die Leistung vergleichsweise unkompliziert, weil hier letztlich ein Kaufvertrag mit der Vertriebsorganisation – regelmäßig einer Verkaufskommissionärin – zustande kommt. Die Forderung aus dem (Wertpapier-)Ticket besteht dann unabhängig von den beteiligten Vertragsbeziehungen. Sie ist (regelmäßig) auch mit einem Ausschluß von Einwendungen aus dem Vertrag verbunden, so daß der Inhaber des Tickets eine sehr starke und vom Vertrag (weitestgehend) unabhängige Stellung erhält.

Dies ist bei Abtretungsgestaltungen und in den Rechtsordnungen ohne (praktizierte) Wertpapierlösung anders, weil der Ticketerstkunde zumindest über eine Abtretung (wenn nicht bereits im Wege einer Botenschaft oder

---

<sup>23</sup> S. dazu Länderbericht Italien III.1.

<sup>24</sup> S. für das Vereinigte Königreich, *Hurst v Picture Theatres Ltd.* [1915] 1 K.B. 1. Die Entscheidung wurde durch das House of Lords im Fall *Winter Garden Theatre (London), Limited v Millennium Productions Limited* [1948] A.C. 173, durch Viscount Simon (S. 189) bestätigt, mit dem auch die übrigen Lords übereinstimmten.

Stellvertretung) am Ausgangsvertrag über die Veranstaltung „beteiligt“<sup>25</sup> sein muß. Einen Anspruch außerhalb dieses Vertrages gibt es nämlich gerade nicht. Diese „Vertragsbeteiligung“ des Erstkunden bestimmt dann aber auch die Stellung eines jeden Zweiterwerbers unabhängig von dessen Verhältnis zum Händler. Dementsprechend kann der Veranstalter alle Einwendungen aus dem Veranstaltervertrag sowohl einem Erst- als auch einem Zweitkunden entgegenhalten, soweit nicht ausnahmsweise Rechtsscheinvorschriften eingreifen. Die Legitimationswirkungen des ausgestellten Tickets beschränken sich dabei weitgehend auf die Inhaberschaft der Forderung zugunsten des Veranstalters und schließen Einwendungen und Einreden des Veranstalters nicht aus.

Für das Verhältnis des jeweiligen Forderungsinhabers und damit Kunden zum Veranstalter ist zudem darauf hinzuweisen, daß Art. 16 lit. I VerbraucherrechteRL 2011/83/EU und dessen Umsetzungsvorschriften (etwa § 312 II Nr. 9 BGB) dem Kunden das an sich bei Fernabsatzverträgen gegebene Widerrufsrecht versperren. Die hinter dieser Ausnahme stehende Idee wird gerade auch bei Freizeitveranstaltungen der hier in Rede stehenden Arten (Sport; Konzerte u. ä.) deutlich: Das Absatzrisiko der entsprechenden termingebundenen Tickets soll nicht qua Widerruf auf Veranstalter respective dessen Vertrieb zurückabgewälzt werden können.

## 2. *Tickethändler*

Die vertragsrechtliche Position des Ticket(zweit)händlers, die sich freilich nicht überall mit letzter Sicherheit feststellen lassen, ist ganz überwiegend die eines Kaufvertrages (Deutschland, Italien, Niederlande, Spanien)<sup>26</sup>. Dabei ist die Einordnung häufig auch deshalb unsicher, weil die Mehrzahl der hier untersuchten Rechtsordnungen keine dem § 453 BGB vergleichbare Regelung zur Anwendung des allgemeinen Kaufrechts auf den Rechtskauf vorsehen.<sup>27</sup> Besonders spürbar wird dies bei der Darstellung des englischen Rechts, wo sich der Länderbericht bereits sprachlich gegen die Formulierung „*reselling the ticket*“ sperrt und – ganz im Einklang mit sonstigen Praktiken des englischen Rechts einer Organisation entsprechender Rechtsbeziehungen über die dingliche Ebene – davon spricht, der Erwerber betreibe die Übertragung seiner Rechte aus dem ursprünglichen Vertrag auf einem *subsequent buyer*.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Es geht insoweit in aller Regel selbstverständlich nicht um eine Beteiligung als Vertragspartner.

<sup>26</sup> S. etwa Länderbericht Italien III.4 (wo die „Kunde-Endkunde“-Beziehung beschrieben wird). Vgl. ferner Länderbericht Niederlande II.2 zum Verhältnis „Tickethändler-Kunde“.

<sup>27</sup> Die herkömmliche französische Einordnung der Abtretung in den kaufrechtlichen Regelungszusammenhang des Code civil (Artt. 1689 ff. Cc) macht freilich deutlich, daß die deutsche Lösung in der Sache (anders als bei der Regelungsstruktur) kein Ausnahmefall ist.

<sup>28</sup> S. Länderbericht Vereinigtes Königreich II.2.

Bei den bestehenden Unsicherheiten spielt vermutlich eine erhebliche Rolle, daß die Trennung von Abtretung und zugrundeliegendem Grundgeschäft historisch sehr jung ist und anderen Rechtsordnungen bereits im Ansatz erheblich schwerer fällt als den – dem Trennungsprinzip verpflichteten – Juristen der Niederlande und Deutschlands. Diese fehlende Trennung, welche die Situation des Zweiterwerbers gegenüber dem Ticketzweithändler von vorneherein erheblich komplexer macht als nach deutschem und niederländischem Recht (auch unter der Abtretungslösung), schlägt sich teilweise darin nieder, daß eine Haftung für die Qualität der abgetretenen Forderung nicht kaufrechtlich, sondern abtretungsrechtlich erörtert wird (Spanien). Die Vermischung aus Übertragungsebene und schuldrechtlichem Vertrag findet sich in Restbeständen auch noch im deutschen Recht in den besonderen Pflichten des Zedenten nach §§ 402, 403 BGB.

Die besondere Frage, inwieweit der Betreiber einer Ticketzweithandelsplattform überhaupt selbst über die Vermittlungsleistung hinaus Vertragspartner (in der Regel also Verkäufer) wird, wird nach den vorgefundenen Erkenntnissen der verschiedenen Rechtsordnungen speziell für den Ticketzweithandel kaum einmal erörtert. Das ist schon deshalb nicht verwunderlich, weil die fehlende Trennung von dinglicher Rechtsübertragung und schuldrechtlichem Vertrag in vielen Rechtsordnungen Schwierigkeiten bei der Konstruktion des Forderungserwerbs durch den Zweitkunden begründet, wenn die Forderung nicht zunächst im Wege einer Zession vom Erstkunden an den Ticketzweithändler abgetreten wurde. Mit der sehr eleganten Lösung der eingeräumten Verfügungsbefugnis des deutschen § 185 BGB etwa im Rahmen der Verkaufskommission tun sich zahlreiche – insbesondere romanische – Rechtsordnungen schwer. Insoweit nimmt es nicht Wunder, daß hierzu bislang keine gesicherten Erkenntnisse vorliegen, auch wenn gerade das Verhalten der Ticketzweithändler rechtspolitisch häufig in den Blick genommen wird. Vielleicht läßt sich diese häufige Inblicknahme aber auch gerade mit der unklaren Rechtslage im Bereich der allgemeinen Regeln erklären.

Nur soweit von einem Kaufvertrag zwischen Ticketzweithändler und Zweiterwerber die Rede ist, kommt auch eine Anwendung der Vorschriften über den Verbrauchsgüterkauf überhaupt in Betracht. Dabei ist freilich zu bedenken, daß lediglich für die Wertpapierlösung eine unmittelbare Anwendung der Vorschriften über den Verbrauchsgüterkauf nahe liegt.<sup>29</sup> Ob und inwieweit auch die nicht wertpapierrechtliche Verkörperung in einem Ticket mit – unterschiedlich gearteten – Legitimationswirkungen einen körperlichen Gegenstand im Sinne der Verbrauchsgüterkaufrichtlinie 1999/44/EG begründet, ist bislang weder höchstrichterlich entschieden noch im Schrifttum wirklich erörtert. Richtigerweise

---

<sup>29</sup> Vgl. Art. 1 II lit. b VerbrauchsgüterkaufRL 1999/44/EG, wo sich anders als in Art. 2 lit. d CISG keine Ausnahme für Wertpapiere findet.

wird man angesichts der Beschränkung auf Waren zumindest für den zweiten Fall nicht von einer Anwendbarkeit der europäischen Richtlinie ausgehen können.

Weitere Schwierigkeiten ergeben sich für die Position des Tickethändlers bei der Frage nach einem Widerrufsrecht des Zweiterwerbers. Dieses kann sich – selbstverständlich – nicht gegen den Veranstalter richten und muß sich gegen den Ticketzweithändler am Maßstab der Ausnahme für Veranstaltungstickets in Art. 16 lit. 1 Verbraucherrechtlicherichtlinie 2011/83/EU messen lassen. Entscheidungen hierzu haben sich rechtsvergleichend nicht gefunden. Für das deutsche Recht finden sich bislang lediglich Entscheidungen zum früheren § 312b III Nr. 6 BGB, die freilich unterschiedlich ausgefallen sind.<sup>30</sup>

### 3. Ersterwerber

Die Stellung des Ersterwerbers ergibt sich grundsätzlich bereits aus dem Inhalt der Leistungspflicht des Veranstalters. Dabei setzt keine der Rechtsordnungen zwingend eine Beteiligung am Vertragsschluß voraus. Jedoch erfolgt – jedenfalls außerhalb der wertpapierrechtlichen Lösung – nachträglich die „Beteiligung“ am Vertrag durch die Singularsukzession im Wege der Abtretung. Auch der Ersterwerber wird in diesem Fall am Vertrag über die Veranstaltungsleistung „beteiligt“. Wichtig erscheint auch der vor allem für Italien belegbare Hinweis, daß mit dem Ersterwerb des Tickets nicht selten weitere Services (einschließlich des Vorhaltens einer Zweithandelsplattform) angeboten und geschuldet werden.<sup>31</sup>

### 4. Zweiterwerber

Die Stellung des Zweiterwerbers hängt in erster Linie von der Wahl des Grundmodells ab. Im Wertpapiermodell wird der Zweiterwerber nicht Vertragspartner des Veranstalters, sondern übt lediglich seine Rechte aus dem Ticket aus (Deutschland, Niederlande). Daneben bestehen selbstverständlich direkte Beziehungen des Zweiterwerbers zum Ticketzweithändler, mit dem regelmäßig ein Kaufvertrag besteht (zur Problematik für England s.o.). Daß der Ticketzweithändler insoweit teilweise als Kommissionär oder sonstiger mittelbarer Stellvertreter tätig wird, ist für sein Rechtsverhältnis zum Zweitkunden regelmäßig unerheblich.

---

<sup>30</sup> Zu beachten ist insbesondere, daß einem der Fälle kein schlichter Ticketzweithandel, sondern die Beauftragung mit der Ticketbeschaffung zugrunde lag, s. AG München MMR 2007, 743.

<sup>31</sup> S. die entsprechenden Hinweise aus den Konsultationen im italienischen Parlament von *Dona* (Unione Nazionale Consumatori), erörtert in XVII Legislatura – Lavori – Resoconti delle Giunte e Commissioni. Allegato 3. Indagine conoscitiva sulla bigliettazione negli spettacoli dal vivo (verfügbar unter [www.camera.it](http://www.camera.it)), S. 64.

Beim Abtretungsmodell rückt der Zweiterwerber hingegen im Wege der Singularsukzession in die Stellung des Ersterwerbers – respective des vorangehenden Gliedes in der Weiterveräußerungskette – ein. Auch insoweit kann ein Forderungskauf gegeben sein. Ob dieser mit dem Händler geschlossen oder nur durch dessen Intermediärstätigkeit vermittelt wird, ist eine Frage der Ausgestaltung im Einzelnen.

Soweit keine besonderen den Zweithandel beschränkenden Vorschriften eingreifen, wird der Ticketzweithandel auch grundsätzlich als zulässig angesehen (ausdrücklich für Deutschland, England, Niederlande, Spanien). Versuche einer Beschränkung nach allgemeinen Regeln haben sich insofern vor allen Dingen für Italien ergeben, wo das Tribunale di Roma in einer aufsehenerregenden Entscheidung den gewerblichen Weiterverkauf von Tickets wegen Urheberrechts- und Steuerrechtsverstößen für unzulässig erklärt hatte.<sup>32</sup> Letztlich schlagen sich auch in dieser Entscheidung Bedenken gegen die selbständige Verkehrsfähigkeit nieder.<sup>33</sup> Die grundsätzliche Frage nach der Verkehrsfähigkeit ist damit rechtspolitische Grundlage jeder weiteren Entscheidung.

Das geltende deutsche Recht hat hier für die analoge Welt den Vorteil für sich, durch die Wertpapierlösung vergleichsweise klare – und auch für den Verbraucher transparente – Lösungen etabliert zu haben. Diese drohen freilich durch die zunehmende Namensbindung wie auch durch die Digitalisierung der Tickets, auf welche § 807 BGB bislang nicht vorbereitet ist, verlorenzugehen.

## V. Vertragliche Gestaltungen

Veranstaltungstickets wie auch die dahinterliegenden Verträge sind in allen hier untersuchten Rechtsordnungen Gegenstand kautelarjuristischer Bemühungen. Für Tickets stehen dabei Versuche im Mittelpunkt, deren Übertragbarkeit einzuschränken oder ganz auszuschließen. Eher seltener wird der Versuch unternommen, Pflichten zur Umschreibung personalisierter Tickets auf einen Zweiterwerber festzuschreiben.

### 1. *Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit*

In den untersuchten Rechtsordnungen stellt sich regelmäßig die Frage nach Möglichkeiten und Grenzen der vertraglichen Einschränkung der Übertragbarkeit von Eintrittskarten, um so unerwünschte Weiterverkäufe eindämmen zu können. Ob und wieweit eine Einschränkung der Übertragbarkeit möglich ist, richtet sich

---

<sup>32</sup> Vgl. Trib. Roma, 1.12.2016, Foro it. 2017, 3, I, 1101; Id., 30.11.2016, unter [www.iusexplorer.it](http://www.iusexplorer.it) verfügbar.

<sup>33</sup> Zur heutigen Rechtslage in Italien mit den neu etablierten Verboten s. unten, Teil V.

dabei danach, auf welche Art Tickets übertragen werden, was wiederum von deren rechtlichen Einordnung abhängig ist.<sup>34</sup> Dabei stellt sich insbesondere die Frage, inwieweit vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit gegenüber Dritten wirken können. Einigen der untersuchten Rechtsordnungen ist zudem gemein, dass die Einbeziehung vertraglicher Einschränkungen der Übertragbarkeit durch AGB – zumindest wenn sie gegenüber einem Verbraucher verwendet wurden – regelmäßig einer AGB-Kontrolle unterworfen sein wird.<sup>35</sup>

a) Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit bei der Abtretungslösung

Eine Einschränkung der Abtretbarkeit ist in allen untersuchten Rechtsordnungen grundsätzlich möglich.<sup>36</sup> Für Frankreich ergibt sich dabei die Besonderheit, dass eine Einschränkung der Übertragbarkeit in Bezug auf die Weitergabe von Tickets bereits aufgrund des Zusammenspiels von Code pénal und den zivilrechtlichen Wirkungen der Illegalität des Vertragsinhalts gegeben ist. Dieses macht eine Zustimmung des Veranstalters für die Wirksamkeit des Weiterverkaufsvertrags einschließlich seiner Übertragungswirkungen erforderlich.<sup>37</sup> Interessant bleiben Einschränkungen der Übertragbarkeit im Vertrag für die Veranstalter dennoch: Insbesondere können sie als ein Instrument genutzt werden, mit dem vorab für bestimmte Konstellationen die Zustimmung gegeben oder bereits im Vorhinein versagt werden kann.<sup>38</sup>

In Deutschland (dort als Ausnahme zu § 137 S. 1 BGB), den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich führt ein wirksames vertragliches Abtretungsverbot ohne Weiteres zur Unwirksamkeit einer entgegen diesem Verbot erfolgten Abtretung und entfaltet damit nicht nur zwischen den Parteien, sondern

---

<sup>34</sup> Hierzu s.o. II.

<sup>35</sup> Gerade in Deutschland spielt die AGB-Kontrolle im Zusammenhang mit Weiterkaufsverboten bei Tickets eine große Rolle, s. Länderbericht Deutschland III. Entsprechendes gilt auch für weitere Rechtsordnungen, s. den Länderbericht Vereinigtes Königreich II c) sowie den Länderbericht Italien IV.1.1. Hingegen kommt angesichts von Art. 313-6-2 Cp eine effektive AGB-Kontrolle für Frankreich nur sehr eingeschränkt in Betracht, s. Länderbericht Frankreich III.1.

<sup>36</sup> Zur grundsätzlichen Wirksamkeit von Abtretungsverboten s. die entsprechenden Länderberichte zu Deutschland III.2., den Niederlanden III.1., dem Vereinigten Königreich II b), Spanien III.1. sowie zu Frankreich III.1. und Italien IV.1.1.

<sup>37</sup> S. Länderbericht Frankreich I.2. Zu beachten ist, daß das französische Recht für die Übertragung der Forderung keiner vom vertraglichen Rechtsgrund unabhängigen Verfügung bedarf, sondern die Übertragung bereits durch den Vertragsschluß selbst erfolgt (soweit dies nicht durch die Vertragsgestaltung ausgeschlossen wird). Bei fehlender Einwilligung des Veranstalters scheitern daher sowohl der Verrtags als auch sein translativer Effekt.

<sup>38</sup> Vgl. Länderbericht Frankreich III.1.

auch gegenüber Dritten Wirkung.<sup>39</sup> Auch in Italien kann ein Abtretungsverbot zur Unwirksamkeit einer nachfolgenden Abtretung führen, allerdings unter der Voraussetzung, dass der Zessionar Kenntnis von diesem Abtretungsverbot hatte.<sup>40</sup> Dies kann etwa dann der Fall sein, wenn sich das Verbot aus der Urkunde selbst ergibt.<sup>41</sup> Hatte der Zessionar im Zeitpunkt der Abtretung keine Kenntnis von dem Abtretungsverbot, ist die an ihn erfolgte Abtretung wirksam, der Schuldner kann in diesem Fall lediglich den Zedenten wegen einer Pflichtverletzung aus dem Vertrag in Anspruch nehmen.

In Spanien wiederum ist die Wirkung eines vertraglichen Abtretungsverbotes umstritten: Es wird sowohl vertreten, dass ein derartiges Verbot nur zwischen den Parteien gelte – und eine Abtretung wider das Verbot damit im Außenverhältnis wirksam wäre – als auch, dass ein Abtretungsverbot grundsätzlich zur Unwirksamkeit einer dagegen verstoßenden Abtretung führe, sofern es nicht gegen Treu und Glauben verstoße, rechtsmissbräuchlich sei oder das mit dem Verbot verfolgte Ziel nicht als schützenswertes Interesse anzusehen sei.<sup>42</sup> Hintergrund für diese uneinheitliche Betrachtung ist das Fehlen eines vollständigen Regelungssystems zu Verfügungsbeschränkungen in Spanien.<sup>43</sup>

#### b) Vertragliche Einschränkungen der Übertragbarkeit bei der Übertragung durch Übergabe

Die Frage nach der Möglichkeit vertraglicher Einschränkungen der Übertragbarkeit, wenn die Übertragung von Tickets durch Übergabe erfolgt, stellt sich aufgrund der rechtlichen Einordnung von Tickets vor allem für Italien und Deutschland.<sup>44</sup>

Für Deutschland ergibt sich dabei, dass es zwar grundsätzlich (und auch bei Übertragungen nach sachenrechtlichen Grundsätzen) möglich ist, eine Einschränkung der Übertragbarkeit vertraglich zu vereinbaren, diese allerdings

---

<sup>39</sup> In Deutschland geregelt in § 399 Abs. 2 BGB, s. Länderbericht Deutschland II.2. Für die Niederlande, s. GS Vermögensrecht, art. 3:94 BW, aant. 1.9. Für das Vereinigte Königreich, s. *Linden Gardens Trust Ltd v Lenesta Sludge Disposals Ltd and Others* [1994] 1 A.C. 85.

<sup>40</sup> Art. 1260 II Cc.

<sup>41</sup> Italien IV.1.1.

<sup>42</sup> Die entsprechende Vorschrift im spanischen *Código Civil* lässt wohl beide Auslegungsmöglichkeiten zu s. Länderbericht Spanien III.1.

<sup>43</sup> Für weitergehende Ausführungen zu Veräußerungsbeschränkungen im spanischen Recht s. Länderbericht Spanien III.1.

<sup>44</sup> Zur rechtlichen Einordnung von Tickets und deren Übertragbarkeit s.o. II. Für die Niederlande wird das *toonderpapier* zwar auch durch Besitzverschaffung übertragen, jedoch hat sich die Möglichkeit dinglicher Verfügungsbeschränkungen im Länderbericht nicht gänzlich klären lassen.

nach § 137 BGB nur relativ, d.h. nur zwischen den Parteien gilt.<sup>45</sup> Eine Übertragung wäre damit trotz vertraglicher Einschränkung wirksam, der übertragende Ersterwerber des Tickets könnte jedoch auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden, soweit dem Veranstalter ein solcher Schaden trotz der ihn schützenden Legitimations- und Liberationswirkungen überhaupt entsteht. Vor diesem Hintergrund ist es auch konsequent, wenn in der Rechtsprechung vereinzelt<sup>46</sup> der Versuch zurückgewiesen worden ist, durch eine Aufnahme der Unabtretbarkeit in den Text des Tickets (vgl. § 796 Alt. 2 BGB) die Unübertragbarkeit zu begründen und damit § 137 S. 1 BGB zu umgehen.

In Italien wird im Zusammenhang mit Tickets ebenfalls diskutiert, ob ein vertraglich vereinbartes Übertragungsverbot für Tickets, die aufgrund ihrer rechtlichen Einordnung als uneigentliche Wertpapiere<sup>47</sup> durch Übergabe übertragen werden, nur relativ wirkt<sup>48</sup> oder ob auf sie nicht die entsprechende Vorschrift aus dem Abtretungsrecht Anwendung findet<sup>49</sup>, was zu einer Wirkung des Verbotes auch gegenüber dem Erwerber (sofern dieser bei Erwerb Kenntnis von dem Verbot hatte) führen würde.<sup>50</sup> In jedem Fall muss sich der Ausschluss nicht aus der Urkunde selbst ergeben.<sup>51</sup>

#### c) AGB-Kontrolle

Die Einbeziehung vertraglicher Einschränkungen der Übertragbarkeit erfolgt regelmäßig über die AGB des Veranstalters bzw. des Ersthändlers. Daher überrascht es nicht, dass man sich in einigen Ländern mit der Zulässigkeit solcher Einschränkungen in AGB beschäftigt hat.

Für Deutschland ergibt sich dabei, dass derartige AGB regelmäßig zwar Teil des Vertrags zwischen Veranstalter (bzw. Ersthändler) und (Erst-)Erwerber werden. Sie sind dann aber im Rahmen der Inhaltskontrolle nach § 307 BGB einer Interessenabwägung unterworfen, in deren Zuge das Interesse des Veranstalters (respective Ersthändlers) an der Einschränkung der Übertragbarkeit dem Interesse des (Erst-)Erwerbers an der Möglichkeit einer Übertragbarkeit des Tickets

---

45 Ein Verstoß gegen das Verbot würde demnach lediglich auf schuldrechtlicher Ebene zu einem Schadensersatzanspruch führen, s. Länderbericht Deutschland III.1.

46 LG Essen, CR 2009, 395.

47 Hierzu oben II. sowie Länderbericht Italien I.1.2.2.

48 So nach. Art. 1379 Cc.

49 Also Art. 1260 II Cc.

50 Italien IV.1.2.

51 Sind die Tickets keine Wertpapiere, findet nämlich Art. 1997 Cc keine Anwendung. Dazu im Länderbericht Italien IV.1.2.

gegenübergestellt wird.<sup>52</sup> Dies betrifft sowohl relativ wirkende vertragliche Einschränkungen als auch Einschränkungen, die gegenüber Dritten wirken sollen.

Mit der Frage, inwieweit es sich bei in AGB vorgesehenen Abtretungsverboten um „*unfair clauses*“ handelt, hat sich auch das englische Recht beschäftigt.<sup>53</sup> Zwar lassen sich hierzu bislang keine gerichtlichen Entscheidungen finden, die *Competition and Markets Authority* (CMA; britische Wettbewerbsbehörde) hat sich allerdings (wenngleich vage) dahingehend geäußert, dass Abtretungsverbote gerade im Bereich des Tickethandels möglicherweise als „*unfair clauses*“ im Sinne des *Consumer Rights Act 2015* und damit als unzulässig eingestuft werden könnten.<sup>54</sup> Ähnlich wie in Deutschland könnten auch im Vereinigten Königreich berechnete Interessen des Verwenders für die Zulässigkeit eines vertraglichen Abtretungsverbots sprechen,<sup>55</sup> was ebenfalls in die Richtung einer Interessenabwägung zwischen Interessen des Veranstalters (bzw. Ersthändlers) und des (Erst-)Erwerbers deuten würde. Dabei ist jedoch zu beachten, dass eine Inhaltskontrolle im Vereinigten Königreich – von sehr begrenzten, hier nicht einschlägigen Ausnahmen abgesehen – nur im Verhältnis Unternehmer-Verbraucher stattfindet. Handelt es sich bei dem Erwerber um einen professionellen Tickethändler, ist ein in den AGB vorgesehenes Abtretungsverbot vermutlich wirksam.<sup>56</sup>

Für Italien stellt sich bei Übertragungsbeschränkungen in AGB ebenfalls die Frage, ob diese zulässig sind. Dabei gilt für Klauseln, die die Vertragsfreiheit im Verhältnis zu Dritten einschränken, die Vermutung, dass es sich bei ihnen um rechtsmissbräuchliche und damit unzulässige Klauseln handelt.<sup>57</sup> Würde man eine Einschränkung der Übertragbarkeit in AGB als eine solche Klausel betrachten, käme man damit grundsätzlich zu einer Unzulässigkeit derselben, es sei denn, der Verwender bewiese, dass die Klausel im Einzelnen ausgehandelt respective schriftlich bestätigt wurde.<sup>58</sup>

---

52 Im Großen und Ganzen ist hierbei eine Tendenz dazu zu erkennen, dass zur Interessenwahrung des Erwerbers eine Rückgabe-, bzw. Weiterveräußerungsmöglichkeit im Falle der kurzfristigen Verhinderung bestehen sollte, s. Länderbericht Deutschland III.

53 Länderbericht Vereinigtes Königreich II. c)

54 S. Competition and Markets Authority, Unfair Contract Terms Guidance – Guidance on the unfair terms provisions in the Consumer Rights Act 2015 (CMA 37, 31. Juli 2015), wo es um den Ausschluss des Rechtes eines Verbrauchers durch Vertragsklauseln geht, Rechte aus dem Vertrag abzutreten.

55 S. Länderbericht Vereinigtes Königreich II. c)

56 Für eine vertiefte Analyse, s. Länderbericht Vereinigtes Königreich, II.3.

57 So nach Art. 33 lit. t itCons. S. aber auch Art. 1341 II Cc, wonach Geschäftsbedingungen, welche die Vertragsfreiheit zu Dritten einschränken, benachteiligende Geschäftsbedingungen darstellen (s. folgende Fußnote).

58 S. das berühmte Erfordernis einer schriftlichen Bestätigung (der sog. *doppia firma*) nach Art. 1341 Cc: Wurde die benachteiligende Geschäftsbedingung durch die zweite Unterschrift

Festzuhalten ist damit zunächst, dass die Frage der Zulässigkeit einer Übertragbarkeitseinschränkung in AGB in Deutschland und dem Vereinigten Königreich im Rahmen der Inhaltskontrolle mittels Interessenabwägung entschieden wird. Für Italien kommt hingegen ein Verbot der Klausel nach dem Grundsatz in Betracht, daß für Klauseln, welche die Vertragsfreiheit im Verhältnis zu Dritten beschränken, ein strengeres Regime in Form der Vermutung der Rechtsmissbräuchlichkeit und der damit verbundenen (schwebenden) Unzulässigkeit gilt. Unter diesen Grundsatz fallen vermutlich auch die gegenüber Dritten wirkenden Abtretungsverbote.

## *2. Vertragliche Pflichten betreffend die Neuausstellung des Tickets*

Was vertragliche Pflichten anbelangt, welche die Neuausstellung des Tickets betreffen, lässt sich in keiner der untersuchten Rechtsordnungen eine konkrete gesetzliche Pflicht des Veranstalters erkennen, bei Verlust, Diebstahl o.ä. ein Ticket neu auszustellen. Umgekehrt hat kein Länderbericht ermittelt, daß Klauseln, welche einen Anspruch auf Zweitausstellung ausschließen, einer Inhaltskontrolle nicht standhalten. Die Länderberichte haben hingegen nicht erkennen lassen, ob der Kunde verpflichtet ist oder verpflichtet werden kann, eine solche Neuausstellung nach einer erfolgten Übertragung herbei zu führen. Sinnvoll wäre eine solche Pflicht ohnehin nur im Anwendungsbereich der Abtretungslösung.

In Italien wird im Schrifttum gelegentlich erwoogen, ob eine nicht im einzelnen ausgehandelte Klausel als benachteiligend zu verwerfen ist, wenn sie bestimmt, dass das Risiko der Nutzung des Tickets durch eine andere Person als dem Berechtigten von diesem Berechtigten getragen werden soll.<sup>59</sup> Weiterhin wird diskutiert, ob das Verfahren zur Kraftloserklärung von Wertpapieren, die verloren, gestohlen oder vernichtet wurden, Anwendung finden kann.<sup>60</sup>

## **VI. Spezifische Regelungen**

Die Mehrzahl der untersuchten Rechtsordnungen verfügt – jenseits der allgemeinen Regeln und im einzelnen sehr verschieden – über besondere Bestimmungen für den Tickethandel oder diskutiert jedenfalls die Einführung solcher Regelungen. Deutschland bildet insofern eine Ausnahme, weil – zumindest

---

bestätigt, dann ist sie trotz des benachteiligenden Inhalts wirksam. Die Lösung steht freilich für Verbraucherverträge nicht zur Verfügung: In B2C Verträgen ist die Unwirksamkeit respective Nichtigkeit (man spricht von einer sog. „nullità di protezione“) nur dann ausgeschlossen, wenn bewiesen wird, dass die Klausel gem. Art. 34 itCcons im Einzelnen ausgehandelt wurde.

<sup>59</sup> S. Pérez Millàn, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 2005, 147.

<sup>60</sup> Dazu Pérez Millàn, *Documenti di legittimazione e titoli impropri*, 2005, 145.

bislang – Sonderregeln für den Ticketzweithandel weder vorhanden sind noch diskutiert werden. Die mit dem Tickethandel verbundenen Fragen werden vielmehr im Rahmen der allgemeinen Regeln behandelt und herkömmlich offenbar zufriedenstellend.<sup>61</sup>

Auch in den Niederlanden ist das Phänomen des Ticketzweithandels nicht spezifisch reguliert und dabei wird es dem Scheitern des einschlägigen Gesetzgebungsvorschlags zum Weiterverkauf von Eintrittskarten wohl auch bleiben.<sup>62</sup> Immerhin hat sich jedoch der niederländische Gesetzgeber, im Unterschied zum deutschen, mit der Frage der Einführung einer spezifischen Regulierung bereits konkret und ausführlich auseinandergesetzt.

Bei der Bewertung der verschiedenen bestehenden oder erwogenen Sonderregelungen für den Ticketzweithandel ist vorweg auf einen wesentlichen Unterschied hinzuweisen: Nur die in jüngster Zeit verabschiedeten respective vorgeschlagenen Regeln (England, Niederlande, Italien) haben grundsätzlich den Zweck, den Ticketzweithandel so zu regulieren, wie er sich in der digitalen Welt entwickelt hat. Die älteren Sonderregelungen (Spanien, Frankreich) hatten hingegen die Ordnung des Online-Ticketzweithandels noch nicht im Blick und werden durch die Marktentwicklung vor neue Herausforderungen gestellt.

### *1. Regelungszwecke*

Für die verschiedenen rechtsvergleichend ermittelten Sonderregelungen sind durchaus verschiedene Zwecksetzungen zu konstatieren. Teilweise wird der (gewerbliche) Ticketzweithandel als generell problematisch angesehen (Frankreich, Italien, Spanien). Dafür werden etwa für Italien unlautere Geschäftspraktiken sowie Einschränkungen der Steuerehrlichkeit<sup>63</sup> und für Spanien zur königlichen Verordnung Nr. 2816/1982 die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung angeführt. Entsprechendes gilt für viele der einschlägigen spanischen Provinzialgesetze.<sup>64</sup> Innerhalb dieser Gruppe wird ferner sich häufig darauf berufen, der Ticketzweithandel berge generelle Gefahren für Verbraucher (Italien, Frankreich).

Zu erkennen ist aber auch die Tendenz, mit Einschränkungen des Ticketzweithandels Veranstalterschutz zu betreiben – nicht zuletzt hinsichtlich der Möglichkeit die selbst gesetzten Preise des Erstmarktes nicht vom Zweitmarkt

---

<sup>61</sup> Vgl. Länderbericht Deutschland, IV.

<sup>62</sup> Zur Entwicklung und zum aktuellen Stand des Entwurfes zum Weiterverkauf von Eintrittskarten in den Niederlanden, s. den entsprechenden Länderbericht, V.

<sup>63</sup> Für die *Ratio* des Verbotes nach dem neuen Art. 1 Abs. 545 des Gesetzes Nr. 232/2016, s. Länderbericht Italien, V, 1.3.

<sup>64</sup> Für eine detailliertere Auflistung der einzelnen Regelungen s. Länderbericht Spanien, V.

unterlaufen zu lassen. In diesem Sinne lassen sich etwa die französischen Verbote von 1919 und 2012 begreifen, auch wenn diese zugleich dem Schutz des Publikums dienen (sollen); insbesondere Art. 1342-3 Cc<sub>neu</sub> formuliert aber klar im Sinne des Schutzes eines immateriellen Verwertungsrechts des Veranstalters. Auch die Prozeßpraxis des deutschen Lauterkeitsrechts – und auch die gelegentlichen kartellrechtlichen Hinweise – verdeutlichen wie wichtig das Verhältnis der Wettbewerber auf den verschiedenen Ticketmärkten für das Verständnis bestehender Konflikte im Ticketzweithandel ist.

Verbreitet ist freilich auch die gezieltere Bekämpfung bestimmter Risiken für Verbraucher, wobei sich insoweit durchaus der Gedanke einer – dem Verbraucher nützlichen – Förderung eines fairen Ticketzweithandels erkennen läßt (England). Dabei hat etwa das englische Recht mit im s. 90 ff. Consumer Rights Act 2015 in erster Linie Verhaltensweisen im Blick, durch welche Veranstalter die Übertragbarkeit von Tickets zu unterbinden suchen. Gegen klassische Überrumpelungsgefahren der analogen Welt richtet sich das spanische Verbot des Weiterverkaufs von Tickets auf der Straße durch Artt. 67.2 und 81.34 der königlichen Verordnung Nr. 2816/1982. Mit der diskutierten Ausweitung auf den Internetverkauf würde dementsprechend eine signifikante Schutzzweckänderung (im Rahmen des Verbraucherschutzes) einhergehen. Der Schutz von Verbrauchern vor Ticketfälschungen (Frankreich für Art. 313-6-2 Cp) gehört schließlich ebenfalls hierher. Nicht gesondert feststellen lassen hat sich hingegen der Zweck den Verbraucher vor Unklarheiten darüber zu schützen, ob er sich auf einem Erst- oder Zweitmarkt befindet.

Ein gesondertes Problem für Verbraucher und Veranstalter stellen Praktiken da, durch welche manche Tickethändler versuchen, möglichst viele Tickets dem Erstmarkt zu entziehen und sogleich einem Zweitmarkt – mit höherem Preisniveau – zur Verfügung zu stellen. Die „Eindämmung des organisierten und professionalisierten Ticketzweithandels, welcher durch massenhaften Ankauf von Tickets und Weiterverkauf mit enormen Preisauflagen profitiert“, war etwa das Ziel des gescheiterten niederländischen Gesetzgebungsvorschlages.<sup>65</sup> Denselben Zweck verfolgt mit deutlichem Fokus auf solche Vorgänge automatisierende Ticket-Bots für das englische Recht s. 106 Digital Economy Act 2017. Die erwähnten und in der deutschen Beratungspraxis in jüngerer Zeit gehäuft auftretenden Unklarheiten über die Art des Marktes (Erst- oder Zweitmarkt) haben in diesen Vorgängen zweifellos eine wichtige Wurzel.

Diese Regeln stehen in engem Zusammenhang mit Ideen zur Bekämpfung überhöhter Preise auf dem Zweitmarkt. Sie finden sich bereits in der 1919 für

---

<sup>65</sup> Ging der ursprüngliche Entwurf nicht näher auf die Person des Zweithändlers ein, bezieht sich der zuletzt gescheiterte Entwurf hingegen nur auf professionelle Zweithändler. S. dazu Länderbericht Niederlande, V.3. b) und V.4. b) cc).

Frankreich ausgesprochenen strafrechtlichen Untersagung des Weiterverkaufs von staatlich subventionierten Tickets zu einem Preis über dem festgelegten Verkaufspreis. Die mehrfach gescheiterten Versuche englischer und niederländischer Rechtspolitiker, Preisobergrenzen für Zweitmärkte zu etablieren weisen ebenfalls in diese Richtung.

## 2. *Instrumente*

Die von den untersuchten Rechtsordnungen eingesetzten Instrumente unterscheiden sich schon wegen der divergierenden Zwecksetzungen bereits im Ansatz voneinander. Aber auch in den Details finden sich – naturgemäß – Unterschiede. Zentral aber ist die völlig verschiedene Vorstellung der Gesetzgeber hinsichtlich der Bewertung von Zweitmärkten als solchen und dementsprechend dem grundsätzlichen Regulierungsziel (Vermeidung oder verbraucherfreundliche Ausgestaltung).

Für den englischen Gesetzgeber etwa ist – zur Förderung und Sicherung der Zweitmärkte – die Gewährleistung der Möglichkeit einer bewussten Entscheidung des Käufers zentral. Dies ergibt sich aus den in den Consumer Rights Act 2015 eingefügten Vorschriften, welche spezifische Pflichten, vor allem Informationspflichten, gegenüber den Kunden vorsehen. Diese Informationspflichten betreffen vor allem die Ticket(zweit)verkäufer und die Betreiber der Secondary Ticketing Einrichtungen etwa Internetseiten, also auch reine Intermediäre. Diese sollen dem Käufer – vor dem Abschluss des Vertrages und in klarer Weise – alle vom Gesetz vorgesehene Informationen über das Ticket zukommen lassen. Zudem wird dem Plattformbetreiber zusätzlich die Pflicht auferlegt, der Polizei und grundsätzlich auch den Veranstaltern rechtswidrige Handlungen mitzuteilen, von denen er Kenntnis erlangt.<sup>66</sup> Wie der im Digital Economy Act 2017 verfolgte Zweck der Vermeidung der Nutzung von „Bots“ erreicht werden soll, steht hingegen noch nicht fest: Die konkrete Ausgestaltung wurde nämlich der Sekundärrechtssetzung überlassen, die allerdings noch nicht verabschiedet wurde. Bis jetzt steht nur fest, dass ein möglicher Verstoß gegen die gesetzlichen Bestimmungen auf keinem Fall durch eine Freiheitsstrafe sanktioniert werden soll.<sup>67</sup>

Auch die gescheiterten Gesetzesänderungen in den Niederlanden beabsichtigten, genauso wie die in Consumer Rights Act 2015 enthaltenen Vorschriften, dem Käufer die Möglichkeit einer bewussten Entscheidung zu gewährleisten. Die Erreichung des Ziels sollte nach der vorgeschlagenen (in dem

---

<sup>66</sup> Zu den einzelnen Pflichten, s. Länderbericht Vereinigtes Königreich III.2. a) aa)-cc).

<sup>67</sup> D.h. jede Straftat kann lediglich vor den unteren Gerichten belangt werden, s. Länderbericht zum Vereinigten Königreich, III.2. b).

letzten Gesetzesentwurf gegenüber dem Verbraucher zwingenden<sup>68)</sup> Regelung durch Erteilung besonderer Informationen an den Käufer erfolgen, die aber nicht völlig mit denjenigen übereinstimmen, die vom englischen Gesetzgeber vorgesehen worden sind. In beiden Fällen soll(te) allerdings der Käufer über den tatsächlichen Wert respective den Ausgangspreis des Tickets aufgeklärt werden.<sup>69</sup> Der niederländische Gesetzesentwurf sah ferner – im Gegensatz zu den englischen Vorschriften – keine ausdrücklichen Pflichten für die Veranstalter vor: Er bezog sich nämlich nur auf das Verhältnis zwischen dem Tickethändler und dem Zweiterwerber.<sup>70</sup>

Das Ziel der Ermöglichung einer bewussten Entscheidung des Käufers wurde nach dem niederländischen Entwurf hingegen nicht durch Schaffung besonderer Verbote des Weiterverkaufs oder für Preisaufläge verfolgt (s. den vorgeschlagenen Art. 7:4a BW). Preisaufläge sollten danach nicht generell als unzulässig einzuordnen sein. Ein Preisauflage wäre vielmehr nur bei offensichtlicher Unangemessenheit unzulässig gewesen. Eine solche Unangemessenheit sollte vorliegen, wenn die Preiserhöhung größer als 20% des auf der Karte ausgewiesenen Ausgangspreises war. Die vorgeschlagene Regelung wurde dabei auch als Druckmittel verstanden, Selbstregulierungsmechanismen auf den Weg zu bringen.<sup>71</sup>

Unterschiedlich ausgestaltete generelle Verbote des Weiterverkaufs sind dagegen in weiteren untersuchten Rechtsordnungen vorgesehen. Das französische Recht kennt etwa nach wie vor das strafrechtliche Verbot des Weiterverkaufs von staatlich subventionierten Tickets zu einem höheren als den festgelegten Verkaufspreis. Außerhalb des Anwendungsbereichs des Gesetzes von 1919 ist dagegen der Weiterverkauf der Tickets nur qua Genehmigung seitens des Produzenten oder des Veranstalters zulässig.<sup>72</sup>

Ein (relatives) Verbot des Weiterverkaufs der Eintrittskarten zu einem höheren als den zugelassenen Preis existiert ferner auch in Spanien, wo es aber – zumindest auf der nationalen Ebene – explizit nur den Straßenverkauf der Tickets betrifft. Der (Weiter)Verkauf über das Internet respective zu einem geringen Preis wird aus dem Anwendungsbereich der Norm ausgeschlossen. Weitere Verbote sind – wie schon ausgeführt – in einzelnen Regionen Spaniens vorgesehen (respective geplant).<sup>73</sup>

---

68 S. Art. 7:4a II BW-E.

69 Siehe Art. 7:4a lid 1 BW-E; vgl. s. 90(5) CRA.

70 So Länderbericht Niederlande, V, 3, b.

71 S. *Kamerstukken II* 2009-10, 31 461, nr. 16, S. 2-3.

72 Zu Art. 313-6-2 Cp s. insbesondere Länderbericht Frankreich V.

73 Zu den einzelnen Regionen, in denen derartige Regelungen bestehen, s. Länderbericht Spanien V.

Ein ziemlich weitreichendes Verbot des Ticketweiterverkaufs besteht seit kurzem in Italien, wo die Zulässigkeit einer Weiterveräußerung der Tickets nach dem neuen Gesetz Nr. 232/2016 nur in sehr engen Grenzen gegeben ist (s. Art. 1 Abs. 545 [sic!]). Tatsächlich hat der italienische Gesetzgeber durch die Neuregelung ein Verbot des professionellen Ticketzweihandels eingeführt, so dass – unabhängig von den Bestimmungen des im Art. 1 Abs. 546 vorgesehenen Dekrets – heute nur noch ein Austausch der Karten zwischen Privaten möglich ist und auch dieser nur dann, wenn der Weiterverkäufer eine natürliche Person ist, die ihre Karte gelegentlich und nicht zu gewerblichen Zwecken überträgt.<sup>74</sup>

Bestehen Unterschiede zwischen den untersuchten Rechtsordnungen bezüglich der Ausgestaltung und der Natur der verschiedenen nationalen Vorschriften, wird der Verstoß gegen die gesetzlichen Regeln meistens sanktioniert und zwar durch Verhängung – verwaltungsrechtlicher oder strafrechtlicher – Geldstrafen respective Geldbußen. So ist es etwa nach dem englischen Recht, wo im Fall der Verletzung der vorgesehenen Informationspflichten eine Geldstrafe (*financial penalty*) von max. £ 5000 durch die lokalen Gewerbebehörden (*Trading standard Departments*) verhängt werden soll.<sup>75</sup> Auch die Verstöße gegen Art. 67.2 der königlichen Verordnung in Spanien sind mit Bußgeld bewehrt.<sup>76</sup> Dasselbe gilt für die Verletzung des gesetzlichen Verbots nach italienischem Recht, für die – soweit keine Straftat vorliegt – eine verwaltungsrechtliche Geldbuße von 5.000 bis 180.000 € vorgesehen ist, welche durch die zuständigen Behörden, d.h. AGCOM aber auch die Postpolizei verhängt werden soll.<sup>77</sup> Auch in Frankreich führt der Verstoß gegen Art. 313-6-2 Cp zu einem Bußgeld bis zu 15.000 €, bei Wiederholung bis zu 30.000 €.<sup>78</sup>

Die Gesetzesverletzung kann dann weiter (etwa in Spanien) zur Wegnahme des Tickets<sup>79</sup> respective (so für Italien) zur Sperrung oder Löschung der Internetseite, über welche die die Tickets verkauft werden) führen. In Italien wird zusätzlich die Möglichkeit vorgesehen, dass die zuständigen Behörden den Tickethändler (auch von Amts wegen) zu Schadensersatz verpflichten.<sup>80</sup>

Überwiegend zivilrechtliche Rechtsfolgen waren von den in den Niederlanden vorgeschlagenen Vorschriften vorgesehen, nach denen der ungerechtfertigte

---

74 Für einen Überblick über die Neuregelung s. Länderbericht Italien V.1.2., 1.3., 1.4.1.

75 S. 93(1) und 93(9) CRA.

76 S. Länderbericht Spanien V.

77 Art. 1 Abs. 545 f. des Gesetzes Nr. 232/2016. Interessanterweise hat sich mit den Problemen, die mit dem Ticketzweihandel verbunden sind, bis heute überwiegend das AGCM auseinandergesetzt.

78 S. Länderbericht Frankreich V.

79 S. Länderbericht Spanien V.

80 Art. 1 Abs. 545 f. des Gesetzes Nr. 232/2016.

Preisaufschlag als ohne Rechtsgrund geleistet gelten sollte und deswegen nach den allgemeinen Regeln über die Leistung ohne Rechtsgrund (Art. 6:203 II BW) hätte zurückgefordert werden können.<sup>81</sup> Im ursprünglichen Gesetzesentwurf war zudem die Verbraucherbehörde als zuständige Aufsichts- bzw. Durchsetzungsbehörde vorgesehen. Ihr hätte daher die Zuständigkeit zugestanden, verwaltungsrechtlich gegen die Verstöße vorzugehen. In letzten Fassung war dies allerdings nicht mehr vorgesehen. Die Abstandnahme von der Idee, die Consumentenautorität zur Aufsichtsbehörde zu machen, stand in Zusammenhang mit der Einführung der offenen Formulierung des vorgeschlagenen Art. 7:4a II BW-E, dessen Auslegung den Zivilgerichten und nicht einer Behörde überlassen werden sollte. Daher oblag nach dem letzten Entwurf die Durchsetzung der durch Art. 7:4a BW-E statuierten Vorgaben auch dem Betroffenen.<sup>82</sup>

### 3. Verhältnis zu den allgemeinen Regeln

Das Bestehen der behandelten Sondervorschriften für den Tickethandel, schließt die Anwendbarkeit der Normen zum elektronischen Verkehr, zu den AGB und zu unlauteren Geschäftspraktiken sowie der allgemeinen zivilrechtlichen Regeln nicht aus.<sup>83</sup> So könnte etwa der Zweiterwerber des Tickets in Italien vor einem Zivilgericht den Ersatz der durch einen Verstoß gegen die neuen gesetzlichen Regelungen entstandenen Schäden verlangen. Nach der gescheiterten niederländischen Regelung hätte im Fall des Verstoßes gegen Art. 7:4a II, III BW-E der ungerechtfertigte Preisaufschlag nach den allgemeinen Regeln über die Leistung ohne Rechtsgrund zurückgefordert werden können.<sup>84</sup> Da die vorgeschlagenen Regeln gegenüber dem Verbraucher zwingend Rechtes dargestellt hätten, wären ferner Verträge, die gegen solche Regeln verstoßen hätten, nach Art. 3:40 II, 3:49 BW anfechtbar gewesen.<sup>85</sup>

Was das französische Recht betrifft, scheint der strafrechtliche Verstoß auch nicht ohne Auswirkungen auf der zivilrechtlichen Ebene zu bleiben. Ein Verstoß gegen ein Strafgesetz wohl auch nach neuem französischem Recht zivilrechtlich zu einem illegalen Vertragsinhalt im Sinne des neuen Art. 1128 Nr. 3 frzCc führen. Folge dieses Verstoßes wäre die Nichtigkeit des Vertrages.<sup>86</sup> Das würde zugleich

---

81 *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 8.

82 Mehr dazu im Länderbericht Niederlande V.2. und 5.

83 S. etwa Länderberichte Niederlande II., Vereinigtes Königreich III und Italien III.

84 S. *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 8.

85 So *Kamerstukken II* 2008-09, 31 461, nr. 10, p. 8-9.

86 Diese führt zumindest nach bislang gängiger Rechtsprechung nicht in bereicherungsrechtliche Ansprüche sondern zu einem eigenen nichtigkeitsrechtlichen Rückabwicklungsregime, das weitgehend vom Tatrichter beherrscht wird.

bedeuten, dass auch für die wirksame Abtretung des Tickets die Zustimmung des Veranstalters nach Art. 313-6-2 Cp erforderlich wäre.<sup>87</sup>

#### 4. Effekte

Die oben aufgezählten (teilweise nur geplanten) Vorschriften werden unterschiedlich bewertet. In England ist eine Untersuchung der Competition and Markets Authority über die Einhaltung der in dem Consumer Rights Act 2015 enthaltenen Vorschriften zwar im Gange, bis heute steht aber noch kein Ergebnis fest.<sup>88</sup> In Bezug auf den Digital Economy Act 2017, Part 6, s. 106 wurde noch nicht einmal eine Konsultation veröffentlicht.<sup>89</sup>

In Frankreich sind bereits erste Urteile zu der strafrechtlichen Vorschrift ergangen, in denen die Verantwortlichkeit der Hosts der Internetseiten für die Überprüfung der Anbieter begründet wurde.<sup>90</sup> Allerdings geht es durchgehend um Unterlassungsklagen von Veranstaltern und nicht um Strafverfolgung oder Bebußung. Funktional erweist sich der neue Tatbestand derzeit daher als lauterkeitsrechtlich.

Auch in Italien hat die neue Regelung in einigen Entscheidungen der Autorità garante della concorrenza e del mercato und der Zivilgerichte eine Rolle gespielt respective das Ergebnis beeinflusst.<sup>91</sup> Trotzdem bestehen in Italien Bedenken in Bezug auf die konkrete Ausgestaltung der Neuregelung, wie sich u.a. aus der von der Commissione Cultura della Camera dei Deputati durchgeführten Untersuchung ergibt.<sup>92</sup> Insbesondere stellt sich die Frage, ob die Schaffung eines Verbots der Weiterveräußerung tatsächlich sinnvoll ist, um die mit dem Phänomen des Ticketzweithandels verbundenen Probleme zu lösen. Es wurden daher – sowohl im Schrifttum als auch von den involvierten Marktsubjekten – Alternativvorschläge vorgelegt.<sup>93</sup>

---

<sup>87</sup> Länderbericht Frankreich I.2.

<sup>88</sup> Für den neuesten Stand, s. die Aktualisierungsmeldung der CMA: CMA, Update on Secondary Tickets – 14. März 2017, zitiert im Länderbericht zum Vereinigten Königreich III.4.

<sup>89</sup> Länderbericht zum Vereinigten Königreich III.2. b).

<sup>90</sup> S. Länderbericht Frankreich V.

<sup>91</sup> S., beispielweise, AGCM, 5.4.2017, Nr. 26534, 26535, 26536, 26537, 26538; Trib. Roma, 9.6.2017 (s. Hinweis in "SIAE vince il ricorso sul caso secondary ticketing per i concerti degli U", News v. 12 Juni 2017, verfügbar unter [www.siae.it](http://www.siae.it)).

<sup>92</sup> XVII Legislatura – Lavori – Resoconti delle Giunte e Commissioni. Allegato 3. Indagine conoscitiva sulla bigliettazione negli spettacoli dal vivo (verfügbar unter [www.camera.it](http://www.camera.it)), 59 ff.

<sup>93</sup> Für eine syntetische Zusammenfassung, siehe Länderbericht Italien V.1.4. Dazu auch *Quattrone/Racano*, Prime note sul fenomeno del secondary ticketing. Lavori in corso in Italia – 5. April 2017 (verfügbar unter [www.dimt.it](http://www.dimt.it)).

Ähnliche Bedenken wie in Italien bestehen auch in den Niederlanden. Sie haben letztendlich zu der Ablehnung der vorgeschlagenen gesetzlichen Regelungen geführt. Insbesondere die zu erwartenden Umgehungsprobleme sowie die geplanten (direkten) Markteingriffe des Gesetzgebers – vor allem bezüglich der Preisregulierung – spielten hierbei eine zentrale Rolle.<sup>94</sup> Zusätzlich wurde argumentiert, dass in den Niederlanden bereits ausreichende gesetzliche Regelungen bestünden, um mit den Problemen des Ticketzweithandels umzugehen. Entscheidend sei also nicht die Einführung einer neuen Regelung.<sup>95</sup>

Das Bestehen eines strengen allgemeinen Verbots des Weiterverkaufs der Tickets (mit einem Preisaufschlag) bzw. eines Verbots unter Vorbehalt der Genehmigung scheint nicht nur politisch,<sup>96</sup> sondern auch von den Verbrauchern nicht gewollt zu sein, wie sich aus einer in Katalonien durchgeführten Studie bezüglich der katalanischen Regelung ergeben hat.<sup>97</sup>

Zu den vorgeschlagenen Alternativen zur (unflexiblen) gesetzlichen Regulierung des Zweitmarkts zählt u.a. diejenige der Schaffung von Selbstregulierungsmechanismen.<sup>98</sup> Ein englisches Modell stellt diesbezüglich der von der Society of Ticket Agent and Retailers zusammen mit dem Competition and Markets Authority erarbeitete Leitfaden für die gute Praxis dar, dessen Ziel die Gewährleistung eines höheren Verbraucherschutzes durch Bestimmung spezifischer Informationspflichten und Erstattungsmechanismen ist.<sup>99</sup> Echte Rechtspflichten entstehen durch diesen Leitfaden jedoch nicht. Untersuchungen zur Effektivität der betreffenden Selbstregulierungsmechanismen finden sich bislang nicht.

---

<sup>94</sup> Die wichtigsten Kritikpunkte sind im Länderbericht Niederlande, unter V.6. a), c) und d) zusammengefasst.

<sup>95</sup> *Kammerstukken I* 2015-16, 31 461, F, S. 28-30.

<sup>96</sup> Auch die gesetzgeberischen Bestrebungen, den Preis des Tickets zu deckeln, sind bis heute immer gescheitert. Ein solches Schicksal erteilte etwa den Sale of Tickets (Sporting and Cultural Events) Bill (dazu im Länderbericht zum Vereinigten Königreich I.).

<sup>97</sup> Es handelte sich hierbei um eine Studie aus dem Jahr 2014, s. Länderbericht Spanien V.

<sup>98</sup> Dazu vor allem der Länderbericht Vereinigtes Königreich IV.

<sup>99</sup> S. Society of Ticket Agents and Retailers, Code of Practice – Secure Tickets from Authorised Retailers, aktualisiert im Juni 2017 (verfügbar unter <http://www.star.org.uk/media/964/cop.pdf>).

---

## **I. Zusammenfassung in Thesen**

*Prof. Dr. Martin Schmidt-Kessel*

*Direktor der Forschungsstelle für Verbraucherrecht (FfV)*

*Universität Bayreuth*

1. Infolge der vermehrten Ausstellung digitaler Tickets und der zunehmenden Personalisierung von Tickets vermag die bislang auf § 807 BGB gestützte wertpapierrechtliche Lösung im deutschen Recht die praktischen Fragen nicht mehr hinreichend zu lösen. Dies dürfte nunmehr auch hierzulande Regulierungsbedarf nach sich ziehen.
2. Die Unklarheit insbesondere der französischen Rechtslage zeigt eindrucksvoll, welche Wirkungen – vermeintlich einfache – starke gesetzgeberische Eingriffe (hier Strafbarkeit des Ticketzweithandels) auf die Komplexität der zivilrechtlichen Rechtslage haben können, ohne die Wettbewerbssituation oder den spezifischen Verbraucherschutz nennenswert zu verbessern.
3. Umgekehrt verdeutlicht das Beispiel des französischen Rechts, wie die unübersichtliche Lage bei der Übertragung von Tickets einen Gesetzgeber zu (vermeintlich) „klaren“ Lösungen verführt, wobei die des französischen Recht vor allem dem Veranstalterschutz dient.

### **I. Allgemeine Regeln**

4. Tickets werden in den untersuchten Rechtsordnungen nach zwei Grundmodellen organisiert, der wertpapierrechtlichen Lösung mit einer eigenen Rechtsposition des Ticketinhabers allein aus dem Ticket (Deutschland, Niederlande) sowie der Lösung als reines Legitimationsinstrument (Frankreich, Italien, Spanien und wohl auch England; Deutschland und Niederlande soweit kein Wertpapier). Im Letzteren Fall erfolgt die Übertragung auf Zweitmärkten in der Regel durch Abtretung im ersteren nach den Regeln über bewegliche Sachen.
5. Für Zwecke der Rechtssicherheit und der Transparenz gegenüber dem Verbraucher wie auch für seine Rechtsposition als Zweiterwerber ist die wertpapierrechtliche Lösung die geeignetere. Die Legitimationswirkungen und Rechtsscheinwirkungen des Tickets bei der Abtretungslösung dienen primär dem Schutz des Veranstalters und geben dem Zweiterwerber keinen gesicherten eigenen Anspruch auf Zugang zur Veranstaltung.
6. Von den verschiedenen nationalen Abtretungslösungen ist die generelle stille Zession des deutschen und niederländischen Rechts die

verbraucherfreundlichste Lösung, weil sie den Zweiterwerber hinsichtlich des Rechtserwerbs von der Kommunikation mit dem Veranstalter unabhängig macht.

7. Beide Lösungen werden durch die Ausstellung rein digitaler Tickets infrage gestellt. In den untersuchten Rechtsordnungen finden sich bislang allenfalls erste Ansätze für neue Lösungen. Hinsichtlich des Veranstalterschutzes verringern die allgemeinen Rechtsscheinregeln der romanischen Rechtsordnungen die Problemlage auch im digitalen Bereich, ohne freilich den Zweiterwerber und Verbraucher rechtlich abzusichern.

## **II. Divergierende Grundhaltungen zum Ticketzweithandel**

8. Teilweise wird der (gewerbliche) Ticketzweithandel als generell problematisch angesehen (Frankreich, Italien, Spanien). Dafür werden etwa unlautere Geschäftspraktiken sowie Einschränkungen der Steuerehrlichkeit und die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung angeführt. Innerhalb dieser Gruppe wird ferner sich häufig darauf berufen, der Ticketzweithandel berge generelle Gefahren für Verbraucher (Italien, Frankreich).
9. Zu erkennen ist aber zudem die Tendenz, mit Einschränkungen des Ticketzweithandels Veranstalterschutz zu betreiben – nicht zuletzt hinsichtlich der Möglichkeit die selbst gesetzten – und nicht selten staatlich subventionierten oder beim Veranstalter quersubventionierten – Preise des Erstmarktes nicht vom Zweitmarkt unterlaufen zu lassen.
10. Verbreitet ist freilich auch die gezieltere Bekämpfung bestimmter Risiken für Verbraucher (England, Frankreich, Spanien). Dabei läßt sich vor allem für England durchaus der Gedanke einer – dem Verbraucher nützlichen – Förderung eines fairen Ticketzweithandels erkennen. Nicht gesondert feststellen lassen hat sich hingegen der Zweck den Verbraucher vor Unklarheiten darüber zu schützen, ob er sich auf einem Erst- oder Zweitmarkt befindet.
11. Ein gesondertes Problem für Verbraucher und Veranstalter stellen Praktiken da, durch welche manche Tickethändler versuchen, möglichst viele Tickets dem Erstmarkt zu entziehen und sogleich einem Zweitmarkt – mit höherem Preisniveau – zur Verfügung zu stellen. Die englische Ermächtigung zum Verbot von Ticket Bots sowie der gescheiterte niederländische Gesetzesentwurf verfolgen gerade diesen Zweck. Gelegentliche Versuche einer Etablierung von Preisobergrenzen auf Zweitmärkten sind in den untersuchten Rechtsordnungen bislang jedoch gescheitert.
12. Bislang nicht untersucht (und von vornherein auch nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung) ist die Frage, ob die durch Zweitmärkte

ausgelösten Verschiebungen in der Zusammensetzung des Publikums auch Qualitätsrelevant sind. Verhaltenswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Überlegungen zur (co-kreativen) Mitwirkung des Publikums an der Qualität des Gesamterlebnisses wären hier einzubeziehen und könnten für eine Unterbindung von Zweitmärkten sprechen.

#### **IV. Besondere Regulierungen für den Ticketzweithandel**

13. Die von den untersuchten Rechtsordnungen eingesetzten Instrumente unterscheiden sich schon wegen der divergierenden Zwecksetzungen bereits im Ansatz voneinander. Zentraler Grund dafür sind die völlig verschiedenen Vorstellungen der jeweiligen Normgeber hinsichtlich der Bewertung von Zweitmärkten als solchen und dementsprechend dem grundsätzlichen Regulierungsziel (Vermeidung oder verbraucherfreundliche Ausgestaltung).
14. Für den englischen Gesetzgeber sowie für den gescheiterten niederländischen etwa ist – zur Förderung und Sicherung der Zweitmärkte – die Gewährleistung der Möglichkeit einer bewussten Entscheidung des Zweiterwerbers zentral. Dementsprechend finden sich Informations- und Transparenzpflichten insbesondere betreffend die Angabe des ursprünglichen Preises auf dem Erstmarkt auch bei den Geschäften auf dem Zweitmarkt. Versuche einer Deckelung der Preiszuschläge auf den Zweitmärkten sind jedoch jeweils gescheitert.
15. Die in den untersuchten romanischen Rechtsordnungen in unterschiedlichem Umfang etablierten Verbote für Zweitmärkte sind vor allem durch Bußgelder und Geldstrafen sanktioniert, wobei sich dieses Instrument auch für die Schutzvorschriften des Vereinigten Königreiches findet. Die romanischen Verbote führen vielfach zur Nichtigkeit respective Vernichtbarkeit des Vertrags mit dem Ticketzweithändler, seltener auch zum Verlust des Tickets. Das ist nicht verbraucherfreundlich, soweit der Verbraucher dadurch Gefahr läuft das – bezahlte – Ticket nicht nutzen zu können.
16. Verlässliche Zahlen über die Effekte der Regelungen haben sich nicht finden lassen; hier besteht ganz offenbar (interdisziplinärer) Forschungsbedarf. Die fast einhundertjährigen Erfahrungen des französischen Rechts mit Weiterverkaufsverböten, ohne daß das Thema damit von der Agenda verschwunden wäre, lassen jedoch eine gewisse Skepsis gegenüber diesem Instrument angebracht erscheinen. Auf Gegenliebe bei Verbrauchern stößt es ausweislich der katalanischen Studie offenbar nicht.

#### **IV. Rechtspolitische Vorschläge**

17. Verbraucher haben ein berechtigtes Interesse an der Möglichkeit zur Übertragung von Tickets – auch unabhängig von Intermediärsdiensten des Veranstalters. Die Interessen der Verbraucher streiten daher wider ein vollständiges Verbot des gewerblichen Ticketzweithandels. Verbraucherschutz beim Ticketzweithandel sollte sich daher auf die Bekämpfung bestimmter verbraucherschädigender Praktiken konzentrieren.
18. Die Ausweitung der Wertpapierlösung in die digitale Welt sowie auf wichtige Fälle personalisierter Tickets ist hierbei ein wichtiges Mittel, weil sie den Zweiterwerber vor unfairen Bedingungen des Veranstalters schützt und ihm eine gesicherte Rechtsposition verschafft.
19. Zusätzlich sollte zur Sicherstellung hinreichender Transparenz auf Ticketzweitmärkten sichergestellt werden, daß die Marktzuordnung sowie die Erstmarktpreise offengelegt werden. In diesem Sinne sollten auch die Praktiken der Ausnutzung höherer Zweitmarktpreise durch den Veranstalter empirisch eingehend untersucht werden.
20. Künstliche Zweitmarkteröffnungen durch Ticket-Bots sollten – auch im Interesse der Verbraucher – zumindest so ausgestaltet sein, daß hinreichende Transparenz sichergestellt ist. Insoweit sollte empirisch näher untersucht werden, wie sich das Unterlaufen quersubventionierter Preise durch solche auf die Qualität der Veranstaltungen (Stimmung etc.) auswirkt und ob die durch Ticket-Bots bewirkte Arbitrage zu Qualitätsverlusten führt.