

**SCHWARZ**  
**TICKET** **MARKT**  
Wim Bledon **HANDEL**

**Ein Dealer packt aus**

PANDA

Bibliografische Information der  
Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie.

Detaillierte bibliografische Daten sind im  
Internet über <http://d-nb.de> abrufbar.



Originalausgabe Mai 2015  
© Panda Verlag, 2015

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise – nur mit Genehmigung  
der Rechteinhaber wiedergegeben werden.

Inhalt: Wim Bledon (Pseudonym)

Satz: Publikations Atelier, Dreieich  
Umschlaggestaltung: Buchgut Berlin  
Druck und Bindung: CPI – Clausen & Bosse, Leck  
ISBN 978-3-946003-00-7

Kontakt: [info@panda-verlag.de](mailto:info@panda-verlag.de)  
[www.panda-verlag.de](http://www.panda-verlag.de)

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Lukrativer Eintrittskarten-Handel – mit Sex und Drogen ist nicht so viel zu verdienen</b>	7
1.2	Vergessen Sie Aktien und Dividenden – Tickets bringen viel mehr	14
1.3	Zockerei und Leerverkäufe – es läuft wie an der Börse	17
1.4	Veranstalter schlagen selbst schon kräftig zu	22
1.5	Wir zocken mit Tickets aller Art	25
<b>2</b>	<b>Ein Blick hinter die Kulissen</b>	33
2.2	Photoshop-Einsatz, um Ticketsperren zu vermeiden	34
2.3	Absatzmärkte – so werden die Karten angeboten	39
2.4	eBay verdient gut mit	47
2.5	Viagogo – die Profi-Plattform	55
<b>3</b>	<b>Das lukrative Event Fußball</b>	65
3.2	FC Bayern München	70
3.3	Borussia Dortmund	80
3.4	FC Schalke 04	95
3.5	Hamburger SV	107
3.6	Eintracht Frankfurt	112
3.7	Werder Bremen	116
3.8	Borussia Mönchengladbach	119
3.9	Böse Verkalkulierungen	122
3.10	DFB-Pokalfinale	126
3.11	WM 2006 in Deutschland	131
3.12	EM 2008 in Österreich/Schweiz	144
3.13	WM 2010 in Südafrika	148

3.14 EM Polen/Ukraine 2012	156
3.15 WM 2014 in Brasilien	162
<b>4 Das gigantische Geschäft mit Konzerten</b>	<b>174</b>
4.2 Spezialveranstaltungen und Randsportarten – die heimlichen Goldgruben	191
4.3 Wenn Veranstalter zu Schwarzhändlern werden	199
<b>5 Aus dem Nähkästchen geplaudert</b>	<b>202</b>
5.2 Der Eurovision Song Contest 2011 in Düsseldorf – das größte Reselling-Desaster aller Zeiten	210
<b>6 Profit und Schaden</b>	<b>222</b>
<b>7 Recht und Moral</b>	<b>234</b>
7.1 Die rechtliche Lage – was ist eigentlich erlaubt?	234
7.2 Die moralische Lage	262
<b>8 Die interessantesten Schwarzmarktverkäufe</b>	<b>277</b>
<b>Anmerkungen</b>	<b>290</b>
<b>Literatur</b>	<b>293</b>
Grafikverzeichnis	293

# 1 Lukrativer Eintrittskarten- Handel – mit Sex und Drogen ist nicht so viel zu verdienen

Es gibt nur wenige Produkte, die extrem margenstark sind. Porsche zum Beispiel verdient an einem verkauften Auto von allen Herstellern am meisten. Der Stuttgarter Konzern erwirtschaftet jährlich einen Milliardengewinn, weil die Fahrzeuge mit einer Gewinnspanne von 20 Prozent verkauft werden können.

In China hergestellte Damenunterwäsche kostet beim Textil-Discounter drei Euro. Abzüglich Herstellungs- und Importkosten lassen sich damit lassen sich bloß ein paar Cent Gewinn erzielen. Solche Ware wird in Massen angeboten. Verkauft Frau die Wäsche im Internet jedoch getragen, kann sie durchaus ein Vielfaches des Einkaufswerts erzielen. Denn diese Ware wird nicht in Massen angeboten. Und wer den Verkauf verwerflich findet, ist bloß einfach nicht geschäftstüchtig. In Japan konnte man getragene Damenhöschen sogar aus Automaten ziehen, bis der Verkauf verboten wurde. Güter werden teuer, sobald sie entweder knapp sind oder aber ein Hype um sie entsteht. Und besonders teuer werden sie, wenn beides gleichzeitig zutrifft.

Wer allerdings nicht das Geschick hat, einen Porsche zu produzieren oder einen Abnehmer für seine getragene Wäsche findet, und auch sonst ein geringes geregeltes Einkommen hat, muss zwangsläufig andere Einnahmequellen auf tun, wenn er zu viel Geld kommen will. Mit legalen Mitteln geht das nämlich immer schwieriger. Für 1 500 Euro im Monat buckeln gehen, bedeutet zwar ein ehrliches Auskommen, aber Luxus ist davon nicht drin. Das reicht ja kaum für die Altersvorsorge! Selbst wenn ich einen Job annehme für 2 000 Euro brutto, was habe ich denn davon? Das ist netto ein Hunderter über dem Mindestlohn.

Ich hatte früh konkrete Vorstellungen, was ich vom Leben erwartete. Dazu gehörte definitiv nicht, am Monatsende den Cent zweimal

umdrehen zu müssen oder darauf zu hoffen, ob man am Jahresende Weihnachtsgeld erhält. Mein Ziel war ein Porsche Carrera! Also habe ich mich früh für eine Maßnahme entschieden, die Politiker und Wirtschaftsbosse tagtäglich tun: Seine Schäfchen ins Trockene bringen und der Gesellschaft den Mittelfinger zeigen.

Alles hat seine Zeit. Um solche hochgesteckten Ziele zu erreichen, musst Du zum richtigen Zeitpunkt Chancen ergreifen und Gelegenheiten nutzen, wenn du nicht als einfacher Arbeitnehmer mit kargem Auskommen im Mühlrad gefangen sein willst. Mit mehreren hunderttausend oder gar Millionen auf dem Konto bist du frei und unabhängig. Kein Wohnen mehr zur Miete, genug Mittel, um im Alter abgesichert zu sein und ob die Währung Euro oder Neuro heißt, kann Dir auch schnuppe sein. Deswegen sind meine Hemmungen deutlich niedriger, den Weg des Legalen zu verlassen. Doch selbst diese Variante ist noch kein Garant für ein prall gefülltes Bankkonto.

Lange Zeit galt der Drogenhandel als das gewinnträchtigste illegale Geschäft. Doch die Zeiten sind längst vorbei. Ließ sich früher Gras einigermaßen lukrativ verticken, erhält der Konsument heute ein Gramm für zwei bis fünf Euro. Ein Schuss Heroin ging in den neunziger Jahren für einige hundert D-Mark an den Junkie. Heute liegt das Gramm bei ungefähr 50 Euro. Die Niederlande bieten Coffee-Shops für den Konsum weicher Drogen an – völlig legal. Je legaler ein Produkt ist, desto weniger Grau- oder Schwarzmarkt-Marge bleibt. Wirklich lukrativ ist ein Verkauf, wenn Gewinnspannen von einhundert, zweihundert oder sogar fünfhundert Prozent erzielt werden. Aus genau diesem Grund wechselten sogar mehrere Größen aus dem Rotlicht-Milieu zu einem deutlich profitableren Geschäft: Dem Schwarzhandel von Eintrittskarten! Ja, hier winken zehntausende Euro pro Monat, je nachdem, welche Events anstehen. Ob Fußballspiele, Top-Konzerte oder Live-TV-Shows – hier lässt sich richtig Geld verdienen. Die Spekulanten mischen mit. Oft geht es gut und es hagelt Gewinne. Geht es schief, sitzt man auf einem Haufen teurem Altpapier.

Drogenverkäufe, »Dienstleistungen« im Bordell und Eintrittskarten-Reselling haben noch eines gemeinsam: Bei allen Deals erhält der Kunde in der Regel keine Rechnung. Und wo keine Rechnung mit Rechnungsnummer existiert, wird logischerweise keine Steuer abgeführt.

Eintrittskarten-Handel ist sowohl ein Grau- als auch ein Schwarzmarkt. Diverse professionelle Agenturen verkaufen die Tickets tatsächlich mit Rechnung zum höheren Preis weiter. Auf den Mehrerlös wird also die Mehrwertsteuer abgeführt. Die dürften rechtlich kaum belangbar sein, höchstens über die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Veranstalter, die einen gewerblichen Weiterverkauf ausschließen. Und dann gibt es die Schwarzhändler. Sie stecken sich die Differenz komplett ein.

Es wäre allerdings falsch zu behaupten, dass es sich bei Ticket-schwarzhändlern um eine Mafia handelt. Mafia bedeutet, dass mehrere »Familien«, die womöglich untereinander spinnefeind sind, das Marktgeschehen kontrollieren und sogar Gewalt gegenüber anderen Marktteilnehmern anwenden. Dem ist nicht so.

Schwarzhändler findet man in unterschiedlichen Ausprägungen vor. Sie unterscheiden sich im Wesentlichen durch die Summe an Tickets, die sie einkaufen und dem Erlöszweck. Zahlreiche Einzelschwarzhändler refinanzieren auf diese Weise lediglich ihre Fußball-Dauerkarte. Sie verkaufen die eigene Karte zum teuren Preis bei den Top-Spielen weiter und schauen sich statt 17 nur 14 Bundesliga-Heimspiele an. Manche gewinnen unverkäufliche Ehrentickets und bevorzugen lieber das Bargeld aus dem Verkauf, anstatt selbst zum Spiel zu gehen. Oder Mitarbeiter und Kunden von Sponsoren erhalten so genannte Incentive-Tickets als Dankeschön beziehungsweise Prämie und nehmen ebenfalls lieber das Bargeld mit, weil sie an dem Event gar kein Interesse haben. Das alles ist im Grunde nicht unbedingt verwerflich. Diese Gruppe ist für den Markt uninteressant und in der Regel unschädlich.

Anders sieht es schon bei den Gelegenheitsdealern aus. So mancher Student schwänzt morgens die Vorlesungen, geht in dieser Zeit zum Ticketshop und erwirbt eine zweistellige Anzahl an Karten, um mit dem Erlös den Lebensunterhalt aufzubessern. Schließlich ist am Monatsanfang die Miete fällig, man will sich abends auch mal was gönnen und nicht jeder Student hat neben dem Lernen die Zeit, einen 400-Euro-Job auszuführen. Um nicht alle paar Abende in einer Bar zu kellnern, stehen die Studiosi lieber zwei Stunden an irgendwelchen Vorverkaufsstellen an, ergattern ein paar Karten, verkaufen sie teurer weiter und sparen sich so jeden Monat etliche Arbeitsstunden.

Und es gibt die Gruppe der Profihändler. Sie legen an einem Tag tausende Euro Bargeld in Tickets an und verdienen ein Mehrfaches der angelegten Geldsumme. Die Profis sind Zocker, Trader, Spekulanten. Wie an der Börse. Wie im Casino. Die Zuschauertribünen im Stadion bilden das »Tischlimit«. Manche machen das haupt-, manche nebenberuflich. Es ist ein risikoreiches Geschäft, aber extrem gewinnträchtig, wenn es klappt. Ohne Risiko kein Profit.

In diesem Buch werden Sie in das dunkle Geschäft des professionellen Karten-Reselling eingeführt. Dabei geht es nicht nur um ein paar Bundesliga-Spiele, sondern eine unglaublich hohe Anzahl an Events verschiedenster Art, bei denen Profi-Weiterverkäufer ihre Finger drin haben.

## Der Einstieg ins Ticket-Reselling

Sie werden sicher zunächst die Frage stellen: Wie wird man eigentlich Ticket-Schwarzhändler? Geschieht das allein aus einer wirtschaftlichen Not heraus? Nein, nicht unbedingt. Um in den Weiterverkauf einzusteigen, braucht es gewiss ein wenig Kapital – die Karten müssen ja erst eingekauft werden. Ein Gründungszuschuss wird für solche Zwecke nicht bewilligt. Gute Freunde von mir und ich haben erste Erfahrungen in dieser Branche bereits als Jugendliche gesammelt.

CeBIT-Tickets brachten vor über zehn Jahren ordentlich Umsatz. Damals war die Hannoveraner Ausstellung rund um IT-Innovationen nahezu eine reine Publikumsmesse. Die Karten kosteten an der Tageskasse 38 Euro. Im Internet hingegen wurden Karten der Aussteller schon für fünf Euro verhökert.

Mein Einstieg in den Schwarzhandel von Eintrittskarten begann mehr oder weniger mit diesen CeBIT-Karten. Ich kaufte zusammen mit zwei Kumpels haufenweise günstige Tickets bei eBay. Wir nahmen diese mit nach Hannover und boten sie den Leuten an der Tageskasse an. Die nahmen die Karten mit Kuschhand. Zwölf Stück hatten wir dabei, zwei für 50 Euro waren innerhalb weniger Minuten verkauft. Aus 70 oder 80 investierten Euro entstanden schnell 600. Damit hatten wir die Hinfahrt mit dem ICE, den eigenen Eintritt sowie die Verpflegung praktisch umsonst plus obendrauf ordentlich Taschengeld. Da die Ce-



BIT noch einige Tage lang lief und zum Ende der Messe immer mehr zeitlich Verhinderte ihre Tickets online auktionierten, witterten wir richtig glänzende Geschäfte.

Wir kauften abermals einmal einen Schwung Karten auf und fuhren nach Hannover. Zum einen wollten wir weitere Hallen besuchen, zum anderen die Kasse erneut richtig klingeln lassen. Wieder standen Schlangen an den Tageskassen, wieder waren es trotz eines Sonntags zahlreiche Geschäftsleute und Gelegenheitsbesucher, die alle bereit waren, den teuren Vollzahler-Preis von 38 Euro zu latzen.

Wie schön! Denen brauchten wir nur zwei Tickets für zusammen 50 Euro anbieten, schon hatten die statt 76 Euro auszugeben kurzerhand 26 Mücken gespart und wir aus fünf oder zehn Euro rund 50 gemacht. 400 Prozent Gewinn – besser ging es doch gar nicht!

Bereits der zweite Verkauf versprach richtig lukrativ zu werden. Standen da doch nicht zwei, sondern gleich vier Herren im feinen Anzug. Die waren hellauf begeistert, als wir denen vier Karten für 100 Euro anboten, bevor sie an der Kasse dafür 144 Euro hinblättern. Doch zu dem Deal kam es nicht mehr. Als wir den Interessenten die Karten in die Hand drückten und das Geld in Empfang nehmen wollten, peitschte eine laute Stimme hervor: *»Die Karten kriege ich!«* Die Personen übergaben wortlos dem Typen die Tickets.

Es war eine Aufsicht der Messe Hannover. Vier Karten weg. *»Die kriegen Sie auch nicht wieder«,* raunzte der Typ.

Wahrscheinlich hatten die Kassenleute gemerkt, dass denen Umsatz flöten ging. Wir hatten uns zu auffällig verhalten. Zwei restliche Karten verkauften wir noch draußen vor dem Eingang. Aber die vier Stück schmerzten. Durch die Beschlagnahme sind uns sichere 100 Euro flöten gegangen.

Wir schlenderten den ganzen Tag über mit ziemlich missmutigem Gesicht durch die Messehallen. Als gegen 18 Uhr die CeBIT komplett zu Ende war, gingen wir in Richtung Ausgang. Sehr wenige Leute waren noch in den Hallen, vieles hatte sich schon geleert. Da stand zufällig ein Messeleiter namens Herr B. herum, ungefähr 60 bis 70 Jahre alt.

Wir beschwerten uns bei ihm und fragten, warum uns der Typ am Morgen die Karten überhaupt weggenommen habe?

*»Grundlos hat der sie Ihnen sicher nicht weggenommen. Haben Sie die Karten an der Kasse gekauft?«,* fragte Herr B. in ruhigem Ton.

»Nein, die hatten wir noch übrig«, gab einer von uns zu. Auf der Rückseite standen die Firmennamen wie Microsoft GmbH, Samsung, und wie sie alle heißen.

»Waren das Veranstalter-Karten?«, hakte der Chef nach.

»Ja, Ausstellertickets«, entgegneten wir.

»Dann seien Sie froh, dass wir es nur bei der Einziehung beließen, wir könnten uns auch mal die Mühe machen, zu recherchieren, was es mit diesen Tickets auf sich hat! Ausstellertickets sind ausschließlich für deren Angestellte und nicht, um sie hier vor Ort zu verkaufen!«, meinte Herr B.

»Meine Eltern arbeiten bei Firma XY, deshalb hatten wir die noch«, log einer von uns.

»Ja ja, die Eltern sind im Urlaub und wenn keiner sonst Zeit hat, kann man sie auch gleich verkaufen – die Ausreden sind uns hier bestens bekannt! Was genau beabsichtigen Sie eigentlich? Soll das jetzt eine Beschwerde sein?«, fragte Herr B.

»Ja, gegen den Typen, der die Karten uns einfach abgenommen hat«, reagierten wir patzig.

»Geben Sie sich da keine Mühe, es bringt nichts, irgendwo müssen diese Karten ja hergekommen sein und wer immer diese veräußert hat, könnte Ärger bekommen«, wiederholte Herr B.

Wir beließen es dabei, obwohl wir uns im Recht fühlten. Schließlich waren die Tickets unser Eigentum, mit dem wir ja eigentlich machen konnten, was wir wollten – selbst nutzen, verschenken, verbrennen oder eben verkaufen. Von dieser Position rückten wir nicht ab und wenn der Typ vom Morgen noch irgendwo herumgestanden wäre, hätte er sicher später einen Eisbeutel benötigt. Es war ein echtes Schlüsselerlebnis. Wir verhielten uns nur zu progressiv und auffällig. Das war unser Fehler.

Trotzdem wirkte das Unterfangen lukrativ. Keiner von uns stellte die Frage, ob das unmoralisch oder gar ungesetzlich ist. Wir haben keine Tickets gefälscht, wir haben nichts Ungültiges verkauft, nur das, was im Internet übrig war. Das transportierten wir von A nach B und boten es vor Ort wieder an. Mehr haben wir nicht gemacht. Außerdem strahlten am Schluss alle. Die Leute, denen wir die Karten verkauften strahlten, weil sie richtig Geld sparten und wir strahlten, weil wir richtig Geld verdienten – zumindest für damalige Verhältnisse als Schüler.

Auf der Rückfahrt gab es im Zug kein anderes Gesprächsthema. Wir fragten uns zum Beispiel, warum die Messe Hannover tausende Ausstellertickets ausgibt, aber im Nachhinein Zeter und Mordio schreit, dass die Überschüssigen weiterverkauft werden, wenn von den Mitarbeitern der Firmen sowieso sehr wenige hingehen? Das Marktgeschehen erschien jedenfalls interessant. Für uns war trotz des fiesen Karteneinkassierer-Typen vom Morgen klar: Das machen wir nächstes oder übernächstes Jahr wieder. Nur eben nicht direkt vor der Tageskasse.

Doch es kam alles anders. Die CeBIT wandelte sich relativ schnell von einer Publikums- zur Fachbesuchermesse. Das wollten die Messebetreiber so. Damit fielen die Besucherzahlen und inoffiziellen Eintrittskartenpreise ins Bodenlose.

Im Jahre 2001 gab es bei der CeBIT mit 830 000 Besuchern einen Rekord. 2003 waren es 560 000 Gäste, ein Jahr später rund 510 000 Besucher, 2009 genau 400 000 Besucher und 2011 schauten bloß noch 339 000 Gäste die Neuheiten auf der Computermesse an. Ein stark kontinuierlicher Abwärtstrend also.

Wer um die Jahrtausendwende bei den vielen New Economy-Firmen an ein CeBIT-Ausstellerticket kam, konnte dieses durch geschicktes Handeln vergolden.

Mit dem Sinken der Besucherzahl setzte gleichzeitig eine ausufernde Verteilung von Freikarten ein. Vor allem hatte damals nicht jeder ein Smartphone und überall mobilen Webzugang. Benötigt ein Interessent heute ein CeBIT-Ticket, ruft er auf dem Weg dorthin eBay oder irgendeine Kleinanzeigen-Seite auf, kauft einen eTicket-Code für 1,99 Euro und vereinbart einen Treffpunkt zur Übergabe am Hauptbahnhof Hannover oder Messe-Laatzen.

e-Ticket CeBIT 2015  
Eintrittskarte für CeBIT 2015, 1.000 - 10.000

Tageticket // Day Ticket

NEUES ANGEBOT 2x CeBIT 2015 Ticketcode /// Fachbesucher /// Tageticket /// Day Ticket

**EUR 1,99**  
Sofort-Kaufen  
Kostenloser Versand

Kostenlos & Schnell

Abb. 1: Online-Auktion mit CeBIT-eTickets zum Dumpingpreis

Das kann heute fast jeder. Es lohnt nicht mehr, größere Stückzahlen an Tickets einzukaufen und an der Tageskasse den Leuten preiswerte »Alternativen« anzubieten. Für zwei Euro sind Sie dabei. Als Fachbesucher! So mancher IT-Shop legt seinen Kunden beim Kauf eines drei Euro billigen Kabels zwei CeBIT-Tickets als Dankeschön dazu. Das ist kein Scherz!

Nun ist eine Messe stets ein Sonderfall. Sie hat nämlich keine festen Sitzplätze. Theoretisch könnten hunderttausende Personen täglich auf das Messegelände. Werden darüber hinaus die Besucherzahlen bewusst gedrückt, weil der Messebetreiber auf das Gummibärchen und Kugelschreiber klaufende Publikum verzichten kann, so ist es nicht verwunderlich, dass die Besucherzahlen und somit die Kartenpreise dramatisch fallen. Offiziell kosten die Tageskarten auf der Messe-Homepage jetzt sogar zwischen 55 Euro (Vorverkauf) und 60 Euro (Tageskasse). Interessant wäre zu wissen, wie viele Personen das überhaupt bezahlen. Vor allem warum? Gibt's doch fast für lau im Internet.

Die CeBIT wandelte sich von einer einstigen Ticket-Goldgrube zum Flop beim Eintrittskarten-Weiterverkauf. Kommt jeder zu jedem Zeitpunkt an die Karten heran, kann kein Schwarzmarkt entstehen.

Dafür etablierten sich in den kommenden Jahren zahlreiche andere weitaus attraktivere und damit noch viel lukrativere Events.

## 1.2 Vergessen Sie Aktien und Dividenden – Tickets bringen viel mehr

Angenommen, Sie haben 2.000 Euro übrig und beabsichtigen, diese gewinnbringend anzulegen. Worauf würden Sie setzen? Viele Möglichkeiten bleiben ihnen dazu nicht.

Immobilien fallen logischerweise weg. Für das Geld bekommen Sie nicht einmal eine Haustür. Auch Gold käme bei diesem vergleichsweise kleinen Anlagebetrag eher nicht in Betracht. Für 2.000 Euro bekommen Sie höchstens eine Unze. Die meisten würden wahrscheinlich an Tagesgeld denken. Ja, das wäre die sinnvollste Anlageform. Allerdings erhält ein Anleger darauf oft nicht viel mehr als drei Prozent Zinsen jährlich. Das ergibt 60 Euro. Heben Sie nach einem Jahr das Tagesgeld

ab, lässt sich von dem Gewinn ein schöner Abend zu zweit im Restaurant verbringen.

Eine weitere Alternative bieten Aktien. Allerdings sollte genau überlegt sein, in welche Branche investiert wird. Bei einem vergleichsweise geringen Betrag von 2 000 Euro kann man nur Hopp oder Topp spielen und lediglich auf eine einzige Firma setzen. Ansonsten fressen nämlich die Order- und Verkaufsgebühren die Gewinne gleich wieder auf. Wer auf steigende Kursgewinne spekuliert, muss außerdem unbestimmte Zeit warten. Wirft das Papier eine Dividende von acht Prozent ab, was die Deutsche Telekom durchaus viele Jahre über auszahlte, macht das immerhin 160 Euro. Schlecht ist das nicht.

Bei den Aktien-Investments ist es zwiespältig. Entweder wurde mit Glück im richtigen Moment auf eine Kursrakete gesetzt oder aber das Papier plätschert dahin. Dann wird jeden zweiten Tag hoffnungsvoll die Entwicklung der Aktie kontrolliert. Steigt sie, ist der Kleinaktionär zunächst euphorisiert und rechnet eifrig, wie es wäre, falls dies x Tage so weitergeht.

Doch irgendwann geht der Kurs wieder zurück. Schnell wandelt sich die Euphorie in blanke Ernüchterung. Und wer Aktien wegen der Dividende kauft, bekommt diese in der Regel erst Monate später ausgezahlt. Ist die Dividende gesplittet, müssen die Papiere sogar sehr lange gehalten werden, um überhaupt die volle Jahresdividende einzustreichen.

Nach einem Jahr entstehen bei einer einigermaßen soliden Anlage aus 2 000 vielleicht 2 200 Euro, wenn Kursanstieg und Dividende richtig gut anzogen. Die Kapitalertragssteuern sind auch nicht zu vergessen. Diese 200 Euro ergäben zwar einen netten Gewinn, allerdings reichen sie nicht einmal, um davon einen Monat lang die Miete zu bezahlen.

Wie schön wäre es, aus den 2 000 Euro innerhalb kürzester Zeit 4 000 oder gar 6 000 Euro zu machen? Aber selbst die solideste Aktie würde solche Kurskapriolen niemals schlagen.

Bleibt noch der Weg ins Spielcasino. Die ganzen 2 000 Euro beim Roulette auf schwarz oder rot gesetzt und es lässt sich mit einer Wahrscheinlichkeit von knapp 50 Prozent tatsächlich ein Gewinn von hundert Prozent und damit weitere 2 000 Euro abräumen. Das Risiko ist jedoch hoch – es sind nicht nur knapp unter 50 Prozent Gewinnwahr-

scheinlichkeit, sondern gleichwohl knapp über 50 Prozent Verlustrisiko. Kommt die falsche Farbe, ist alles weg.

Also doch lieber die Variante mit den mageren 200 Euro Gewinn? Oder vielleicht eine ganz andere Geldanlage? Existiert überhaupt eine Investitionsmöglichkeit, bei der sich Kapitaleinsätze innerhalb kürzester Zeit mit vergleichsweise geringerem Risiko verdoppeln lassen? Die Antwort lautet: Ja! Mit bestimmten Wertpapieren ist das sehr wohl möglich.

Es handelt sich um Eintrittskarten! Ganz gewöhnliche Eintrittskarten, eingekauft bei Ticketshops. Event-Tickets haben mit Aktien viel gemeinsam. Am treffendsten bezeichnet man sie wohl als Termingeschäfte.

Eintrittskarten ähneln Aktien zwar, allerdings sind bei näherer Betrachtung sehr wohl fundamentale Unterschiede festzustellen. Aktien wurden von einem Unternehmen einst ausgegeben, damit es Kapital bekommt, um zu expandieren.

Eintrittskarten hingegen werden verkauft, um einer großen Zuschauerzahl eine Show zu bieten.

Aktien werden mit einer Wertpapierkennnummer an der Börse gehandelt, Eintrittskarten nicht.

Durch Aktien erwirbt der Aktionär einen Teil des Unternehmens, mit Eintrittskarten lediglich das Recht, eine Veranstaltung besuchen zu dürfen.

Während Aktien einem ständigen Auf und Ab unterliegen und sich nach einem Absturz wieder erholen können, ist es bei Eintrittskarten ganz anders. Mit dem Beginn eines Bundesligaspiels oder eines Konzerts fällt ihr Wert auf Null. Ist das Wertpapier bis dahin nicht verkauft, erleidet der Besitzer einen Totalverlust. Das Verlustrisiko ist also auch hier erheblich. Es beträgt im schlimmsten Fall 100 Prozent, sofern das abgelaufene Ticket nicht ein Sammler ein paar Jahre später haben will.

Prompt wären wir beim nächsten fundamentalen Unterschied. Während bei Aktien im Ordervertrag der Bank steht: *»Das Risiko eines Totalverlusts ist möglich«,* macht dieser Hinweis auf Eintrittskarten keinen Sinn. Auf denen steht oft: *»Darf nicht zu einem höheren Preis als dem Aufgedruckten weiterverkauft werden.«*

Trotz aller Differenzen – die Eintrittskarte ist und bleibt ein Wertpapier. Handelbar wie eine Aktie. Bloß gibt es keine Börsenkurstabellen,

aus denen der Wert täglich ablesbar ist. Der »Kurs« eines Eintrittskarten-Wertpapiers kann im Vorfeld des Events stark schwanken, sowohl nach oben als auch nach unten. Die Preise bemessen sich allein nach der Attraktivität des Events.

Diese kann von extrem vielen Faktoren beeinflusst sein, wie beispielsweise der Star-Besetzung, Konkurrenzveranstaltungen in der Umgebung, TV-Übertragungen oder schlicht durch das Wetter. Bei nasskaltem Schneeregen gehen viele Leute nicht gerne ins Stadion. Scheint die Sonne, entscheiden Familien oder Freunde spontan doch hinzufahren.

Eine Vielzahl an Faktoren ist also beim »Tickettrading« zu berücksichtigen. Es gilt, messerscharf zu kalkulieren und zu spekulieren – selbst Profis laufen Gefahr, dramatisch auf die Nase zu fallen, wie Sie später noch erfahren werden.

### 1.3 Zockerei und Leerverkäufe – es läuft wie an der Börse

Wir haben also gelernt: Eintrittskarten sind Wertpapiere. Und mit Wertpapieren kann man Spekulation betreiben. Das ist Tagesgeschäft von Investmentbankern. Sie investieren Geld, um Güter zu kaufen, die sie selbst nicht benötigen und später zu einem teureren Preis weiterverkaufen wollen.

Bei an der Börse gehandelten Aktien kommt es relativ selten vor, dass der Kurs innerhalb kürzester Zeit stark anzieht. Häufig passiert dies bei Firmenübernahmen. Sie erinnern sich bestimmt, als die Volkswagen-Stammaktien Ende Oktober 2008 plötzlich bei über 1 000 Euro notierten. Da brach sogar Panik bei den Banken aus.

Die hatten sich Porsche nämlich gegenüber verpflichtet, dem Luxussportwagenhersteller VW-Aktien zu einem bestimmten Termin zu jedem Preis zu verkaufen. Bloß hatten sie die noch gar nicht. Die Banken mussten die Papiere selbst erst beschaffen. Will sich niemand davon trennen, muss ein höherer Preis geboten werden, solange bis ein Aktionär es sich anders überlegt. Das war des Rätsels Lösung, warum

der Volkswagen-Aktienkurs innerhalb weniger Tage von 120 Euro auf etwa das Zehnfache anstieg und den Konzern zeitweise zum teuersten Unternehmen weltweit machte.

Die Banken hatten sich gewaltig verzockt. Das freute viele Marktbeobachter, denn Spekulation ist gesellschaftlich immer weniger akzeptiert.

Dabei sind wir alle Spekulanten. Jeden Tag.

Wenn wir uns dazu entschließen, am Wochenende lieber nicht zu tanken, sondern bis Montagmittag warten, weil dann die Preise an der Zapfsäule gleich drei Cent günstiger notieren, so sind wir Spekulant.

Wenn wir mit dem Kauf der Winterjacke lieber noch zwei Wochen warten, weil sie im Schlussverkauf reduziert wird, so sind wir Spekulant. Es liegt in der Natur der Sache, dass der Mensch danach strebt, knappe oder teure Waren zu einem bestimmten Zeitpunkt preiswerter einzukaufen. Allerdings unterscheidet sich die Spekulation in einem wesentlichen Punkt: Bei den genannten Beispielen mit Benzin und der Winterjacke geht es um den *Eigenbedarf*.

Spekulation ist jedoch vor allem in Verruf geraten, da sie zunehmend mit Waren betrieben wird, welche die Spekulanten gar nicht für den eigenen Verbrauch einkaufen, sondern ausschließlich zum Zwecke des Weiterverkaufs. Die Finanzinstitute verdienen mit Spekulation täglich enorme Summen. Sie handeln mit Wertpapieren auf Rohstoffe und Nahrungsmittel. Es empört viele Kritiker, dass in den Wolkenkratzern von New York, London und Chicago täglich Unmengen an Kakao, Reis oder Erdöl angekauft werden.

Dadurch steigt der Preis mit den entsprechenden Auswirkungen. In Entwicklungsländern können zahlreiche Arme durch diese Handelspraxis ihr tägliches Essen kaum noch bezahlen. Die Banken benötigen den Kakao, den Reis und das Erdöl gar nicht für den eigenen Bedarf, sondern handeln die Güter, um eine Gewinnmarge zu bekommen.

Aus demselben Beweggrund handeln Weiterverkäufer von Eintrittskarten. Die Spekulanten brauchen die Karten für den Eigenbedarf genauso wenig, wie Investmentbanker hundert Tonnen Kakao.

Durch den massiven Aufkauf der Ticketspekulanten wird die Verfügbarkeit der Tickets extrem verkürzt. Dadurch können sich zahlreiche Besucher von vornherein das Event nicht mehr leisten, wenn sie nicht



teure Restplätze beim Veranstalter oder eben überteuerte Plätze bei den Schwarzhändlern kaufen.

Einzig positiver Aspekt ist, dass Eintrittskarten keine lebensnotwendigen Güter sind und der zu kurz Gekommene auch ohne den Besuch eines Madonna-Konzerts überlebt.

Bei den erwähnten Beispielen mit Benzin und der Winterjacke gibt es einen weiteren wesentlichen Unterschied: Die Produktion kann ausgedehnt werden.

Existiert zu wenig Benzin auf dem Markt, wird eben mehr Erdöl gefördert. Müssen Menschen frieren, weil alle Jacken ausverkauft sind, so wird eben Winterbekleidung nachproduziert. Bei Eintrittskarten ist eine Produktionsausweitung nicht möglich. In ein Stadion passen 50 000 Personen – die maximal verfügbare Anzahl ist also fix. Sind die Plätze alle verkauft, gibt es keinen Nachschlag. Das treibt die Preise. Ist das Event sehr begehrt und die Ticketspekulanten haben massiv Karten gekauft, passiert genau das gleiche, was mit der Volkswagen-Aktie einst abging. Die Preise des Wertpapiers schießen in ungeahnte Höhen.

Im Zuge der Finanzkrise und vor allem bei der VW-Porsche-Übernahme ist der Begriff »Leerverkauf« aufgetaucht. Konkret handelt es sich dabei um den Verkauf von Wertpapieren, die der Verkäufer zum Zeitpunkt des Verkaufs gar nicht besitzt. Bis zum Liefertermin, muss der Verkäufer die Ware übergeben. Wie schon beschrieben: Tickets sind nichts anderes als Wertpapiere mit einem erhöhten Risiko und festen Verfallsdatum. Deshalb gibt es auch hier Leerverkäufe – das kommt öfter vor, als Sie glauben!

Letzter Liefertermin ist wenige Minuten vor Beginn eines Konzerts oder Fußballspiels. Ist trotz Lieferversprechens bis dahin nicht geliefert, sitzt der Verkäufer böse in der Tinte.

An der Börse kann das gleichfalls passieren. In der Regel wird dort vereinbart, den aktuellen Kurs in Geld auszubezahlen (Barausgleich oder Cashsettlement heißt das).

Ein Käufer, der unbedingt zum Konzert will, wird sich mit der Rückzahlung des Betrags hingegen nicht zufrieden geben. Schließlich hat er sich auf das Event gefreut. Meist hat der Verkäufer von den nichtexistenten Tickets dann schlicht eine Betrugsanzeige am Hals. Da mit dem Ticketkäufer nie ein Barausgleich vereinbart wird, weil der Verkäufer

verheimlicht, dass er die Karten erst beschaffen muss, kann das für den Anbieter bei einem Rechtsstreit böse enden.

Sie werden sicherlich einwenden: Das ist doch weit hergeholt – wer ist denn so wahnsinnig und macht das? Ich versichere Ihnen, das ist ein fester Bestandteil unseres Ticket-Reselling-Geschäfts. Je begehrter ein Event ist und je später der Kartenvorverkauf erfolgt, desto wahrscheinlicher sind Leerverkäufe.

Bei Leerverkäufen ist eines besonders wichtig: Der Verkäufer muss einen (dummen) Käufer finden, der frühzeitig bereit ist, eine hohe Summe Geld für die Karten zu bezahlen. Das gelingt in der Regel nur, wenn der Beschaffungsaufwand für die Tickets besonders hoch ist, wie zum Beispiel beim Champions League-Finale oder der Vorverkauf des Events noch gar nicht gestartet, aber bereits ein Hype darum eingesetzt ist. Risikofreudige Tickethändler verkaufen daher Tickets, lange bevor der Veranstalter die Karten offiziell ausgibt.

Eine solche Vorgehensweise schreckt aber auch zahlreiche Käufer ab. Zu Recht bekommen wir bei Leerverkäufen regelmäßig Anfragen, ob die Tickets nicht womöglich gefälscht seien, wenn sie offiziell noch gar nicht im Handel zu erwerben sind. Dass hier knallharte Spekulation mit zu erwartenden Verkaufspreisen betrieben wird, übersteigt die Vorstellungskraft von Lieschen Müller.

Wer den dahinter stehenden Mechanismus allerdings durchschaut, ist durchaus für solche Geschäfte bereit und dafür aufgeschlossen. Gutverdiener, vor allem aus dem Bankgewerbe, zahlen gerne einen ordentlichen Aufschlag für das Versprechen, ganz sicher bei einem bestimmten Event dabei zu sein, ohne sich um irgendetwas kümmern zu müssen.

Außerdem können sie im Bekanntenkreis damit prahlen, für das Formel 1-Finale oder das allerletzte Police-Konzert schon Tickets zu besitzen (*»Wo hast du die denn her? Der Verkauf ist doch noch gar nicht gestartet?«*).

Man täuscht auf diese Weise exklusive Kontakte vor. Freilich kann der Käufer nicht beweisen, dass er im Besitz von Tickets ist – er hat sie ja nicht. Und der Verkäufer hat sie auch nicht! Der muss sie nämlich jetzt einkaufen – irgendwie. Er ist nun dazu gezwungen, weil er bereits die Karten weiterverkauft hat.

Das Geschäft kann für den Verkäufer einen riesigen Gewinn bedeuten oder einen horrenden Verlust. Steigen die späteren Schwarzmarkt-Ticketpreise über den ohnehin teuren Leerverkaufspreis, hat der Käufer alles richtig gemacht und der Verkäufer ist dumm dran. Der Verkäufer muss nämlich dann die Karten selbst auf dem Schwarzmarkt einkaufen und zwar zu einem teureren Preis, als er sie selbst »leer« weiterverkauft hat. Zuweilen sitzt ein Leerverkäufer arg in der Klemme. Bei bestimmten Events ist es nämlich nahezu unmöglich an Karten heranzukommen, weil der Bezug allein Mitgliedern vorbehalten ist.

Verliert das Event hingegen an Attraktivität und der Hype flacht ab, hat der Leerverkäufer alles richtig gemacht und der Käufer ist dumm dran. Er wäre zum Regulärpreis viel billiger an die Karten gelangt, wenn er Geduld bewiesen hätte.

Beim Eurovision Song Contest in Düsseldorf trat genau dieser Fall ein. Der ESC 2011 wurde zu einem Musterbeispiel für Leerverkäufe bei Tickets. Nur ganz wenigen Profi-Verkäufern gelang es, hier ein Geschäft zu machen. Insgesamt endete dieses Event im größten Reselling-Desaster aller Zeiten! Aber dazu später mehr.

Bei Bundesliga-Spielen sind Leerverkäufe gang und gäbe. In der Regel werden die Karten vor dem offiziellen Verkaufsstart auf seriösen Plattformen wie Viagogo beziehungsweise zahlreichen ähnlichen Anbietern inseriert. Der Verkäufer bemüht sich anschließend, im Vorverkauf direkt an die Karten zu kommen. Gelingt ihm das nicht, muss er die Karten bei eBay ersteigern. Ist er gezwungen, zu jedem Preis einzukaufen, bedeutet das eine echte Wundertüte.

Der Ticketeinkauf ist zudem nicht ohne Risiko, Wer keine direkten Kontakte zu Ticketshops hat, sollte hier vorsichtig vorgehen. Keinesfalls sollte man gleich hunderte Karten ordern und ein dickes Bargeldbündel auf den Tisch legen. Selbst der naivste Ticketshop-Besitzer würde misstrauisch. Ohnehin dürfen nicht mehr als 15 000 Euro bar ausgegeben werden, da das Geldwäschegesetz Barkäufe in dieser Größenordnung nicht mehr zulässt.

Profihändler möchten gerne vermeiden, persönliche Daten beim Direktbezug anzugeben. Einige Ticketshops verlangen das mittlerweile. Doch prinzipiell ist das egal. Banden sowie deren Familienangehörige kaufen in Tranchen kleinere Stückzahlen und kommen insgesamt trotzdem an große Kontingente.

Wir Profihändler umgehen das, indem wir kurzerhand einen Studentenjob ausschreiben. Dazu wird bei Kleinanzeigen-Portalen oder ähnlichen Plattformen ein Inserat aufgegeben. Der Job sieht vor, gegen Stundenlohn einen kurzen Einkauf zu erledigen. Für Studenten ist das schnell verdientes Geld. Die wenigsten schöpfen Verdacht, dass sie die Karten nicht für Familienväter einkaufen, die den Tag über im Büro sitzen, sondern für professionelle Reseller.

Es bringt also relativ wenig, die Karten zu personalisieren oder Limits beim Abverkauf zu setzen. Diese Maßnahmen lassen sich durch allerlei Trickreichtum umgehen.

Unrechtsbewusstsein existiert in der »Branche« nicht.

Die meisten sehen sich nicht als Schwarzhändler, sondern wie schon angedeutet als »Ticket-Reseller« oder gar als »Ticket-Broker«. Der Weiterverkauf von knappen Gütern ist gängiges Handelsprinzip. So gesehen agieren wir einfach nur als Händler in einem marktwirtschaftlichen System, mag das für Außenstehende auch unverständlich oder empörend klingen.

## 1.4 Veranstalter schlagen selbst schon kräftig zu

Durch den schwindenden Absatz von CDs sind Künstler gezwungen, nichtkopierbare Güter zu verkaufen. Das können Merchandising-Artikel sein, doch hauptsächlich sind es Konzerte. Ein Live-Konzert ist immer ein Unikat. Auftritte vor Publikum bilden für bekannte Acts inzwischen die Haupteinnahmequelle. Um den Einnahmeverlust bei den Tonträgern auszugleichen, schlagen die Veranstalter preislich selbst kräftig zu. Bei Weltstar-Tourneen gehen Karten der Top-Kategorien oft für 200 bis 300 Euro weg, ohne dass noch ein Ticket-Reseller etwas daran verdient.

Die Ticketpreise für Events wurden in den vergangenen Jahren massiv erhöht. Wie in der Gastronomie kamen viele Veranstalter auf die Idee, lediglich die Währung anzupassen, aber nicht die Zahlen. Statt 30 D-Mark wurden von heute auf morgen 30 Euro genommen. Die Leute bezahlten diese Preise, obwohl ihre Einkommen sich vielfach nicht in

gleichem Maße veränderten. Im Laufe der Jahre stiegen die Preise stetig an, so dass Musikfans heute kaum ein Top-Konzert für unter 50 Euro besuchen können. Wer hätte seinerzeit grundsätzlich 100 D-Mark für eine normale Konzertkarte ausgegeben? Für eine vierköpfige Familie wäre das unbezahlbar gewesen.

Die Bundesligisten bitten gleichfalls kräftig zur Kasse. Kostete Ende der 90er Jahre der Stehplatz für ein mittelmäßiges Bundesligaspiel 10 DM (5 Euro), stiegen die Preise heute teilweise auf fast 20 Euro, also umgerechnet fast um das Vierfache. Das ist auch dem gutmütigsten Fan zuviel.

Aus diesem Grund organisierte sich beispielsweise die Fan-Initiative »Kein Zwanni für'n Steher«. Fußball sollte als Arbeitersport bezahlbar bleiben, so die gängige Vorstellung der eingefleischten Supporter. Die Tribünen-Sitzer hingegen, vor allem die Besserverdiener, zahlen durchweg unkritisch hohe Preise. Zwischen 30 und 50 Euro ist heute Durchschnitt für normale Tribünen-Sitzplätze.

Die ausgeferten Preise gehen jedoch nicht allein auf die Euroeinführung oder Inflation zurück. Im Zuge der WM 2006 wurden Deutschlands größte Fußballstadien für bis zu dreistellige Millionenbeträge komplett saniert oder gleich neu geplant und errichtet. Dasselbe gilt für Konzerthallen, wie die Lanxess Arena Köln oder O2 World Berlin. Deutschland verfügt heute über die mit weitem Abstand weltweit größte Dichte an High-Class-Stadien und könnte mühelos eine Sport-Weltmeisterschaft oder ein anderes Top-Event ausrichten. Eine derart gut ausgebaute Infrastruktur bezahlt sich nicht von selbst.

Auch bei den Konzerten hat sich im Vergleich zu früher einiges verändert. Musikgedudel vom Band und dazu ein bisschen Getanze ist nicht erst seit Milli Vanillis Playback-Desaster verpönt. Die Zuschauer möchten heutzutage etwas geboten bekommen und gut unterhalten werden. Shows müssen stets neu konzeptioniert sein. Es muss sich abheben von einem Fernseherlebnis. Folglich sind Konzertveranstalter gezwungen, immer schwerere Geschütze aufzufahren, um spektakuläre Shows zu inszenieren.

Der Organisationsaufwand für ein großes Konzert ist mittlerweile gigantisch. Für ein Konzert von Take That sind 85 Lkw-Trucks notwendig, die Crew umfasst über 100 Mitarbeiter, die alle bezahlt sein wollen.

Dazu gehören oft Spezialisten ihrer Branche, die sich zum Beispiel in Beleuchtungsfragen genau auskennen und eine aufwendige Lasershow umsetzen können. Preise von 50 Euro an aufwärts sind also nicht unbedingt teuer, sondern gemessen am Aufwand nachvollziehbar.

Aus diesem Grund bleibt für Schwarzhändler mit steigenden Ticketpreisen weniger Marge. Besucher geben nicht unbegrenzt Geld aus.

Kostet ein Ticket im Original schon 100 Euro, kommen wir Reseller nicht umhin, genau zu rechnen, ob der Handel mit diesen Tickets überhaupt lohnt.

Nicht nur bei Konzerten wird kräftig kassiert und die Schwarzmarkt-Marge eingedämmt. Zahlreiche Bundesliga-Vereine wittern dank der interessanten Schwarzmarkt-Gewinnspannen selbst das große Geschäft. Doch grau ist alle Theorie. Abkassieren zu jedem Preis kann ein Verein nicht so ohne weiteres umsetzen.

Der Suchmaschinenkonzern Google könnte als klare Nummer eins theoretisch Milliarden einnehmen, falls er pro Suchanfrage nur einen halben Cent kassierte. Macht der Konzern aber nicht – man will sich ja die Kundschaft nicht vergraulen und außerdem macht die Firma ohnehin satte Gewinne.

Genauso geht es der sportlichen Nummer eins in der Bundesliga. Der FC Bayern könnte theoretisch pro Spiel Millionen zusätzlich einnehmen, sobald er seine Sitzplätze allesamt höchstbietend im Internet versteigert. Macht das Unternehmen aber nicht – man will sich ja die Kundschaft nicht vergraulen und außerdem hagelt es ohnehin satte Gewinne.

Einigen Vereinen geht es jedoch nicht so gut wie Google oder dem FC Bayern. Die Konkurrenz im Mittelfeld strebt an, zur Spitzenliga aufzuschließen und liebäugelt daher selbst mit Zusatzeinnahmen. So zum Beispiel der Hamburger SV.

»Die Vereine müssen ein Gefühl für den Fan und Zuschauer haben, denn das Geld wird knapper«, warnte im November 2012 die HSV-Ikone Uwe Seeler.

Was war passiert? Der HSV geriet in die Schlagzeilen, weil er selbst mitkassieren wollte, wenn Tickets gegen den FC Bayern mit kräftigen Aufschlägen verkauft werden. »Wucherpreise beim Nord-Süd-Gipfel« schrieb die Hamburger Morgenpost.

Top-Zuschläge für hochklassige Begegnungen sind nichts Ungewöhnliches mehr. Seit die Bundesliga häufiger von kleinen Vereinen durch-

setzt wird, die allesamt wenig Auswärtsfahrer mitbringen, bleiben bei unattraktiven Gegnern ganze Tribünen leer. Das muss man irgendwie wieder ausgleichen.

Wie sehr die Bundesliga-Vereine am Schwarzmarkt-Kuchen mitnaschen möchten, zeigt die Kooperation mancher Clubs mit dem Reseller-Vermittler Viagogo. Der Name dieser Firma ist sogar auf Werbeanlagen im Stadion zu sehen und für Fans ein rotes Tuch. Das führt mitunter zu Wutreaktionen der Anhänger.

Werden sie doch immer wieder daran erinnert, dass sie ihr Ticket zu gesalzenen Preisen beziehen dürfen, falls sie im Vorverkauf zu spät kommen. Die Fans protestieren jedenfalls heftig gegen die Schwarzmarkt-Profi-Bude, wie in den folgenden Kapiteln zu lesen sein wird.

## 1.5 Wir zocken mit Tickets aller Art

Schwarzhandel und Spekulation mit Eintrittskarten ist immer auch eine Wette. Im Sport lässt sich inzwischen auf alles wetten: Wie viele Tore fallen pro Spiel? Wie viele Spieler bekommen eine Rote Karte? Welcher Trainer wird zuerst gefeuert?

Das massive Investieren in Eintrittskarten ist eine Wette auf die Besucherzahlen. Ist das Event ausverkauft und geht das Interesse darüber hinaus? Dann zuschlagen!

Solche Wettideen entstehen wohl zwangsläufig, wenn man entweder sehr viel oder sehr wenig Geld hat. Wetten in Verbindung mit Fußball gerieten in den vergangenen Jahren stark in Verruf. Eine Wettmafia hielt Teile des europäischen Spitzenfußballs fest im Griff. Spieler sowie Schiedsrichter wurden geschmiert, damit sie Ergebnisse verfälschen.

Wie beim Schwarzhandel von Eintrittskarten gibt es unterschiedliche Akteure. Kriminelle wie der Mafioso Ante Sapina investierten sechs- bis siebenstellige Summen, um daraus irgendwann achtstellige zu machen. Das sind die reichen Manipulierer.

Und dann gibt es die armen Manipulierer. In Osteuropa wetteten Teams sogar auf ihre eigene Niederlage, um die Reisekosten bei euro-

päischen Auswärtsspielen wieder hereinzuholen. Teams vom Baltikum oder aus Polen verloren absichtlich mit fünf Toren Unterschied. Zu Hause im Wettlokal klingelte so wenigstens einmalig die Kasse. Darauf muss man erst mal kommen!<sup>1</sup>

Die Zuschauerzahlen-Wette zu manipulieren ist einem Schwarzmarkthändler hingegen nicht möglich. Entweder es entsteht ein Hype um das Event oder die Euphorie bleibt aus. Einen Hype anzustacheln ist für einen Einzelakteur ein aussichtsloses Unterfangen. Selbst einzelne Medien können ein Event nicht alleine befeuern. Erst wenn TV, Presse und Rundfunk gemeinsam über eine Veranstaltung so berichten, dass Beobachter den Eindruck bekommen, sie müssten unbedingt dabei sein, um nicht etwas Wichtiges oder Einmaliges zu verpassen, ist die Basis für ein Hype gelegt.

Sportveranstaltungen und Konzerte von Mainstream-Stars sind permanent medial präsent und somit zwangsläufig die Haupteinnahmequellen der Schwarzhändler. Dazu kommen Veranstaltungen, die nicht in diese Kategorien fallen, bei denen allerdings trotzdem ein Hype einsetzen kann. Miss-Wahlen gehören zum Beispiel dazu. Oder Victoria's Secret Fashion Shows. Auch bei Oktoberfestzeltreservierungen ist locker der fünf- bis zehnfache Gewinn zu erzielen, da es sehr schwer ist an solche exklusiven Billetts heran zu kommen.

Die hohen Schwarzmarktpreise solcher Spezialveranstaltungen entstehen vor allem, weil sich viele Besucher nicht mit der Normalo-Rolle zufrieden geben. Mancher Eventbesucher will sich von der Masse abheben und nicht einer von vielen, sondern eben ein besonderer Besucher sein, ein VIP.

Mit dem Maßkrug wie alle anderen im Festzelt herum zu stehen, ist schlicht zu ordinär. Es vermittelt Otto-Normalverdienern ein elitäres Gefühl, wenn sie bei den Reichen und Schönen am Tisch sitzen. Dieses »Feeling« lassen sich eitle Mächtigen ein kleines Vermögen kosten – zur Freude der Schwarzhändler.

Aber nicht nur der Hype oder das VIP-Gefühl um Events, führen zur Schwarzmarktpreisbildung. Mobilität ist heutzutage ebenfalls ein gefragtes Gut. Vor zehn Jahren gab es einen enormen Preisrutsch bei Flugtickets. In den 80er und 90er Jahren kostete ein innereuropäischer Linienflug durchaus 400 bis 500 D-Mark (200 bis 250 Euro).



Flugbegleiterin war lange Zeit ein prestigeträchtiger Job. Dann kamen die Billig-Airlines. Dank der neuen Unternehmen, die den Markt aufmischten, blieb das Fliegen nicht mehr nur Besserverdienern und damit Personen mit Benehmen vorbehalten. Nun konnte sich dank Preisen, die ein Zehntel der ursprünglichen Ticketkosten ausmachten, jeder Besoffski den Flug nach Malle leisten, um dort vorgeglüht den nächsten Sangria-Eimer zu leeren und fünf Tage später wieder zurück zu jetten. Ja, es gibt solche und solche Jet-Set-Leben.

Das veränderte Geschäftsmodell in der Luftfahrtbranche zog eine Menge Interessenten an. Und – Sie ahnen es sicher schon – noch eine weitere Gruppe. Günstige Tickets + jede Menge Interessenten = Nährboden für Schwarzhändler. Logisch.

In der Startphase der Billigflieger war daher eine beliebte Schwarzhändler-Masche, günstige Ticketkontingente aufzukaufen. Die Kalkulation war simpel: Weil die Billigairlines ungefähr zehn Prozent der vorhandenen Kapazität für fünf oder neun Euro inklusive Steuern und Gebühren anboten, mussten wir bloß diese Tickets in der frühen Phase ordern. Dadurch stiegen automatisch die Preise bei der Fluggesellschaft. Wer nach uns buchte, zahlte bereits für den Sitzplatz deutlich mehr.

Jetzt schlug die Stunde von uns Schwarzhändlern. Wir versuchten die Tickets wieder loszuschlagen. Schon 30 oder 40 Euro sind ein schöner Gewinn. Einsatz mal eben verdreifacht. Am Anfang lief das ganz gut. Aber das Geschäft hielt nicht lange an. Es mündete im Endeffekt in einem Reinfall. Zum einen schnallten die Fluggesellschaften schnell, was Sache war. Infolgedessen wurde die Umbuchungsgebühr eingeführt. Heute zahlt ein Fluggast geschmeidige 25 Euro und darüber hinaus, falls eine andere Person sein Ticket übernehmen will. Das soll den Weiterverkauf verhindern.

Zum anderen kam die allgemeine Anhebung der Gebühren hinzu. Flughafensteuern sowie Zuschläge aller Art stiegen rapide an. Rasch veränderte sich das Verhalten der Reisefreudigen. Wer nicht unbedingt zu einem bestimmten Termin in Barcelona oder Stockholm sein musste, sagte sich »*Flieg*« nicht, *flieg*« ich morgen!«

Die Abnehmer blieben also aus. Da gingen einige Maschinen halbleer in die Luft, obwohl sie offiziell ausgebucht waren, weil die Schwarzhändler auf Tickets sitzen blieben. Allerdings war das Erstaunen in

der Szene groß, als das Reiseunternehmen Alltours öffentlich bekannt gab, im großen Stil billige Flugtickets aufzukaufen. Der Konzern ließ verlauten, er habe die Nase gestrichen voll, die Dumpingpreise zu subventionieren.<sup>2</sup>

Alltours-Chef Willi Verhuvén äußerte, seine Firma habe eine Abteilung mit zehn Leuten eingerichtet, die den ganzen Tag damit beschäftigt sei, die billigen Tickets aufzukaufen. Dzd, auf was die Leute so alles kommen. Die Preisvorteile gab das Reiseunternehmen anschließend an die eigenen Kunden weiter. Wie nobel!

Nun war Alltours gegenüber uns Schwarzhändlern strategisch klar im Vorteil. Immerhin verkaufen die tagtäglich zehntausende Reisen. Bucht ein Urlauber eine Woche Malaga, nimmt die Firma eben dieses billige Ticket zuerst, bevor sie neue Kontingente bei den Fluggesellschaften einkauft. Diese Möglichkeiten haben gewöhnliche Schwarzhändler natürlich nicht. Sie inserieren das Flugticket bei eBay und müssen warten, bis jemand vorbeikommt, der zufällig am zwölften Mai um 19:30 Uhr nach Malaga fliegen will. Das kann dauern!

Also war das Geschäft spätestens nach Erhöhung der Steuern und Gebühren passé.

Derartige funktioniert natürlich nicht nur bei Flugtickets.

Bahnfahrkarten lassen sich gleichwohl prima weiterverticken, teilweise im Nahverkehr, ganz besonders aber im teuren Fernverkehr. Bucht ein Bahnkunde in den letzten zwei Tagen vor Abfahrt, kostet die Strecke Hamburg-München deutlich über hundert Euro – einfache Fahrt versteht sich. Im Vergleich zum Sparpreis von 29 Euro eine ganz schöne Differenz.

Da ist so mancher Fernreisende froh, wenn er das Ticket auf den letzten Drücker für 40 oder 50 Euro bekommen kann.

Am Anfang ging das Geschäft einigermaßen gut. Mit der Zeit jedoch lief es wie bei den Fliegern. Die Bahn senkte die Preise, aber vor allem verschärfte sie die Zugbindung. Sparpreise sind heute grundsätzlich an einen Zug gebunden. Doch das ist nicht die einzige Restriktion. Die Bahn verlangt Identitätsnachweise, wie zum Beispiel den Personalausweis in Verbindung mit dem Fahrticket. In der Regel wollen die Schaffner aber auch noch jene Kreditkarte sehen, mit der das Ticket bezahlt wurde. Die Plastikkarte wird bei der Kontrolle durch ein Gerät gezogen.

Eigentlich wäre das gar nicht notwendig, denn die Bahnfahrkarte ist ja bereits bezahlt. Die Maßnahme zielt wohl darauf ab, den Weiterverkauf der Fahrkarte zu verhindern. Die Maßnahme ist wirksam. Kein Schwarzhändler ist so blöde und leiht dem Kunden seine Kreditkarte. Schlussendlich kommt hinzu, dass im Vorfeld schwer zu kalkulieren ist, was der Markt wünscht. Klar kann man spekulativ Tickets für stark frequentierte Strecken einkaufen, aber am Schluss bleibt man erfahrungsgemäß auf dem einen oder anderen Fahrschein sitzen. Für Bahnfahrkarten gilt demnach das gleiche wie für Flugtickets: Zu viel Risiko bei zu wenig Profit. Also raus aus dem Geschäft!

Bis auf eine Ausnahme: Flexible Aktions-Tickethefte. Gelegentlich bietet die Bahn in Kooperation mit Lidl oder McDonalds ein Heft mit vier Blankofahrten an. Einfach die Zugstrecke am Start-Bahnhof eintragen und losfahren. Vier Fahrten für 99 Euro oder so ähnlich. Das ist verdammt günstig. Immerhin kann man sich damit ganz spontan in jeden Zug setzen, hat also keine Zugbindung und bezahlt dafür weniger als den günstigsten Sparpreis. Müßig zu erwähnen, dass solche Tickets aufgrund des Fast-Monopols der Bahn schnell ausverkauft sind, da sogar Firmen auf solche Hefte lauern, um ihre Mitarbeiter preiswert von A nach B zu schicken.

Abb. 2: DB-Lidl-Ticket – teure Fahrpreise, hohe Schwarzmarktgewinne

Und so stehen morgens um acht Uhr vor dem Lidl oder McDonalds nicht nur Oma Krawuttke, die ein Heft kauft, damit ihre Enkel sie besu-

chen kommen, der Privatbank-Praktikant, der im Firmenauftrag gleich mehrere Hefte für die ganze Abteilung kauft oder Studenten, die ihre Semesterferien mit Zugreisen verplant haben, sondern eben auch – wie sollte es anders sein – wir Schwarzhändler. Ja, selbst hier mischen die Spekulanten mit. Winken doch bei eBay satte Renditen. 60 bis 70 Prozent sind hier locker zu erzielen. Innerhalb von wenigen Wochen ist das eine super Geldanlage, vorausgesetzt alle Faktoren stimmen.

Am Anfang war das ein Selbstläufer. Da schossen die Preise gewaltig in die Höhe. Manche eBay-Käufer waren so heiß auf die Hefte, dass sie glatt schrieben, sie würden die Tickets direkt abholen, selbst wenn sie dafür etliche Kilometer weit fahren müssten. Im Laufe der Zeit bot die Bahn häufiger solche Tickethefte an.

Bei einer Aktion deckten sich die Spekulanten mit den Fahrkarten ein, doch hinterher spuckte ihnen die Bahn kräftig in die Suppe. Der Konzern legte nämlich wegen schnellem Heft-Ausverkauf nach. Statt den ursprünglich angekündigten 750 000 Tickets gab es im Handel eine Million Hefte zu erwerben. Das war 2009. Dumm gelaufen!

Eine solch plötzliche Marktflutung wirkt wie eine Atombombe auf die Preise. Wer bei der ersten Tranche als Privatkäufer nicht zum Zug kam, konnte spätestens jetzt dorthin.

Zum Nachteil für alle, die bei eBay weitervertickten. Die Spekulanten hofften nun, dass sie überhaupt die 99 Euro wieder hereinholen. Vereinzelt endeten die ersten Auktionen bei 90, später bei 85, schließlich bei 80 Euro. Kommen zum Fristende der Nutzungszeit zusätzlich hunderte Tickets bei eBay herein mit dem Text »*Habe noch eine Restfahrt anzubieten*«, wird es richtig mau. Genau das passierte.

Wie Sie in Abbildung 3 sehen, sind die Preise kräftig gefallen. Die eBay-Angebote endeten bei 56 und 61 Euro, was bei einem Einkaufspreis von 73 Euro teilweise über 20 Prozent Verlust ausmacht. Summiert sich das, kann man hier schnell hunderte Euro verlieren. Natürlich sind nicht nur Lidl-Bahn-Tickets weiterverkaufbar. Vor allem im Nahverkehr haben manche Schwarzhändler tolle Tricks drauf. Sie positionieren sich an Messen, wie der CeBIT oder der IAA.

In den Eintrittskarten ist der Nahverkehr nämlich enthalten. Es kaufen etliche Besucher eine Eintrittskarte inklusive Nahverkehrsnutzung, reisen jedoch mit dem Auto an. Deshalb stehen abends nach


	<b>DB Lidl Ticket - 2 Fahrten + Reservierung</b> Ähnliche aktuelle Angebote aufrufen   Ähnlichen Artikel verkaufen	7 Gebote <b>Verkauft</b>	<b>EUR 56,00</b> +EUR 2,00 Versand	11. Mär. 21:22
	<b>LIDL DB Bahnticket Bahn Ticket 2 Fahrten ICE ÖBB SBB</b> Ähnliche aktuelle Angebote aufrufen   Ähnlichen Artikel verkaufen	9 Gebote <b>Verkauft</b>	<b>EUR 61,00</b> +EUR 2,15 Versand	11. Mär. 21:21
	<b>LIDL DB Bahnticket Bahn Ticket 2 Fahrten ICE ÖBB SB</b> Ähnliche aktuelle Angebote aufrufen   Ähnlichen Artikel verkaufen	12 Gebote <b>Verkauft</b>	<b>EUR 62,51</b> Kostenloser Versand	11. Mär. 21:21

Abb.3: Verluste beim Weiterverkauf der Bahn-Tickets

Messeschluss vor dem Eingang Weiterverkäufer auf der Suche nach nicht mehr benötigten Eintrittskarten. Sie nehmen die eingesammelten Karten dann mit zum Hauptbahnhof. Des Öfteren schleicht die Truppe auf Großbahnhöfen wie Hamburg, Berlin oder Frankfurt herum, und wartet, bis jemand ein Ticket erwerben will. Kaum hat ein Bahnkunde das Touchpad des Automaten aktiviert um die Verbindung einzugeben, flüstert jemand von der Seite: »Psst...wolle Karte kaufen?« Ja, warum nicht? Ist doch ein gültiges Ticket!

Erfahrungsgemäß winkt hier aber kein echter Schnapp. Zu lange dauert es, bis eine Person gefunden ist, die exakt das benötigte Ticket braucht, zu groß ist das Misstrauen der Fahrgäste vor gefälschten Tickets.

Fälle, wie die der Fahrschein-Mafia mögen sicher dazu beigetragen haben.<sup>3</sup> So kam eine Bande vor wenigen Jahren auf die Idee, Bahnverbindungen als Fahrplanauskünfte aus Automaten zu ziehen, weil diese auf demselben Sicherheitspapier ausgedruckt werden, wie die Bahntickets. Mit einem bestimmten Haarspray ließ sich die schwarze Schrift wieder von dem Thermopapier entfernen. Mit dem Laserdrucker produzierten die Kriminellen dann »Schöne-Wochenend-Tickets« auf das blank gesprühte Automatenpapier. Auf diese Weise kassierte eine osteuropäische Bande geschätzt einen Millionenbetrag.<sup>4</sup> Die Bahn musste notgedrungen rund 9 000 Fahrkartenautomaten umrüsten.

Eine andere Verbrecherbande kam auf die Idee, mit gefälschten Kreditkartennummern im großen Stil Fahrkarten auf der Webseite der

Bahn einzukaufen. Die fünfköpfige Gruppe, bestehend aus Frauen und Männern im Alter von 23 bis 30 Jahren, machten das über 1 700 Mal und kassierte damit 300 000 Euro.<sup>5</sup> Alles extrem clever, alles extrem kriminell, doch mit professionellem Schwarzhandel hat das wenig zu tun.

Urkundenfälschung und Kreditkartenbetrug sind hier einschlägig. Solche Entwicklungen waren mit ein Grund, warum ich mich relativ schnell aus dem Weiterverkauf von Fahrkarten zurückzog. Mit Bahn-Aktionsheften verdiente ich anfangs gutes Geld, aber die Erlöse ließen irgendwann nach. Die »echten« Kriminellen können ehrlichen Schwarzhändlern das Geschäft arg verderben. Solche Fälle machen den Grau- und Schwarzmarkt kaputt, weil gültige Fahrscheine viel schwerer verkaufbar sind.

Ja, es mag zweifelsohne die gewinnträchtigste Variante sein, Tickets teuer weiter zu verkaufen, ohne sie überhaupt einzukaufen, aber genauso zweifellos ist das auch am risikoreichsten. Und es ist strafbar!

## 2 Ein Blick hinter die Kulissen

Wie im vorherigen Kapitel festzustellen war, sind die Grenzen zur Strafbarkeit fließend. Für Ticketfälschungen interessiert sich in jedem Fall die Staatsanwaltschaft. Die Schwarzhandel-Branche selbst grenzt sich von Straftaten jedoch ab. Man will möglichst nichts mit Polizei oder Justiz zu tun haben. Wir gewöhnlichen Schwarzhändler betrachten es ja als ein ganz normales Geschäft. Unser Ziel ist, Gewinne durch Preisaufschläge zu erwirtschaften und nicht die Kunden zu betrügen.

Negative Kundenmeinungen im Internet oder gar strafrechtliche Ermittlungen wegen Andrehens von Fälscherware sind für das Geschäft alles andere als förderlich. Auf die rechtliche und moralische Lage wird später noch sehr ausführlich eingegangen.

Aber auch wenn man von Vater Staat in Ruhe gelassen wird, heißt dies noch lange nicht, dass man dem Geschäft ungestört nachgehen kann. Die Kunden haben in der Regel kein großes Interesse daran, gegen Schwarzhändler vorzugehen. Immerhin sind die Ticket-Reseller oft Retter in letzter Minute. Es gibt jedoch eine Gruppe, die uns Schwarzhändler hasst wie die Pest. Das sind die Event-Veranstalter.

Bundesligavereine und Konzertausrichter lassen sich eine ganze Menge einfallen, um den Resellern ordentlich in die Suppe zu spucken. Doch wie auch bei Drogenhandel oder Prostitution ist es für sie ein Kampf gegen Windmühlen. Dafür ist einfach der Gewinn zu groß, den das Geschäft abwirft.

In diesem Kapitel lesen Sie, wie es bei eBay zugeht, diverse Insider-Tricks und mit welchem harten Bandagen gekämpft wird.

# Personenregister

- Abramowitsch, Roman 74  
Agassi, André 225  
Arnault, Bernard 225  
Assis, Roberto 170  
Baiano, Junior 170  
Baker, Eric 224, 227  
Ballack, Michael 125  
Barucke, Fabio 170  
Beckenbauer, Franz 94, 125, 131, 139  
Bednarek, Ralf 111  
Behr, Willi 138f.  
Berg, Andrea 185  
Bhamjee, Ismael 142  
Bicknell, Ed 200  
Bieber, Justin 175  
Bischoff, Volker 140  
Blatter, Josef 169  
Bryom, Jaime 148  
Cameron, James 288  
Cohen, Joe 110  
Collins, Tim 200  
Cyrus, Miley 175, 284  
Döring, Patrick 157  
Dunga 170  
Eckl, Michael 101  
Eichler, Wolfgang 147  
Filbry, Klaus 117  
Fischer, Helene 184ff.  
Fofana, Mohamadou Lamine 170  
Garrett, David 189  
Geraschtschenko, Wladimir 194  
Gottschalk, Thomas 192  
Grittner, Jens 135, 138  
Haferkamp, Franke 137  
Hieronymus, Holger 107  
Hilke, Joachim 111  
Hoeneß, Uli 75, 79, 237  
Holyfield, Evander 285  
Holzhäuser, Wolfgang 232, 237  
Hütteroth, Ruth 111  
Islam, Yusuf 176  
Jackson, Michael 284  
Jagger, Mick 283  
Jairzinho 170  
Jansen, Klaus 142  
Jenkins, Florence Foster 277  
Jobst, Alexander 96f., 104f.  
Jones, Aled 285  
Jordaan, Danny 152  
Josten, Martin 232  
Jürgens, Udo 186, 187ff.  
Klitschko, Vitali 195  
Kloiber, Herbert 224  
Kubicki, Wolfgang 157  
Künast, Renate 157  
Lang Lang 189  
Madonna 176  
Mane, Alfred 153f.  
Matthäus, Lothar 153f.  
McGough, Nathan 201  
McGuinness, Paul 200  
Mehnert, Stefan 176f.  
Meine, Klaus 281  
Melua, Katie 285  
Meyer-Landrut, Lena 210, 218, 221,  
275



Murray, Andy 286  
Mutter, Anne-Sophie 189  
Neuer, Manuel 80 f.  
Neymar 170  
Niebaum, Gerd Dr. 89  
Niesel, Dirk 157  
Niersbach, Wolfgang 151, 233  
Öner, Ahmet 195  
Palmer, Clive 287 f.  
Phillips, Randy 199 f.  
Plum, Michael 120 f.  
Raab, Stefan 221  
Räker, Jan 110  
Riesche, Simon 153  
Roest, Steve 105 f., 160, 223  
Rothschild, Jacob 225  
Salm, Christiane zu 224  
Samwer, Gebrüder 224  
Sapina, Ante 25  
Schippers, Stephan 122  
Schmidt, Horst 135, 141  
Schulenberg, Klaus Peter 138, 141  
Seeler, Uwe 24  
Solis, Odlianer 195  
Stevens, Cat 176  
Stewart, Rod 199  
Stopper, Martin 131  
Streisand, Barbra 281 f.  
Tönnies, Clemens 100 f.  
Torres, Carlos Alberto 170  
Trapattoni, Giovanni 72  
Trefß, Thomas 92  
Tyson, Mike 285  
Valcke, Jerome 152  
Verhuvén, Willi 28  
Watzke, Hans-Joachim 92  
Whelan, Raymond 169  
Zeppelin, Led 285  
Zwanziger, Theo 149

# Sachregister

- § 263 StGB (Betrug) 19, 32, 235
- § 267 StGB (Urkundenfälschung) 32, 235
- § 291 StGB (Wucher) 234
- 1. FC Kaiserslautern 113, 122 f.
- 1. FC Köln 122, 263
- 1. FC Nürnberg 122
- 1. FSV Mainz 05 68, 71, 113, 242, 275
- 7 km-Markt (Odessa) 160
- Abmahnung 48, 84 ff., 98, 246 ff., 259
- Aerosmith 200
- Agassi Enterprises 225
- Ajax Amsterdam 81
- Aktien 14 ff., 184, 219, 258
- Allgemeine Geschäftsbedingungen 9, 37, 101, 184, 214, 238 f., 256
- Allianz-Arena 70, 77, 132, 237
- Alltours 28
- Arbeitersport 23, 68, 71, 233
- Barausgleich 19
- Bayer 04 Leverkusen 122 f., 232
- Bayern München s. FC Bayern München
- Bayreuther Festspiele 189
- Becker/Haumann-Rechtsanwälte 84 f., 87 ff., 93 f., 251
- Behindertentickets 166, 268
- Besiktas Istanbul 81
- Biathlon-WM 61
- Billigflieger 27
- Böhse Onkelz 182
- Borussia Dortmund 60, 66, 68, 70, 72 f., 80 ff., 97, 114, 124, 179, 220, 225, 238, 244, 251 ff., 258
- Borussia Mönchengladbach 112, 119 ff.,
- Boxkämpfe 195, 285
- Brøndby Kopenhagen 114 f.
- Bundesgerichtshof 85, 98, 109, 237 ff., 251, 256 f.
- Bundesliga 9 f., 21, 23 ff., 47, 65 ff., 79, 80, 98, 109, 122, 126, 205, 220, 223, 243, 252, 254,
- bundesligakarten.de 109, 237, 242
- Büroklammer-Versteigerung 244 ff.
- CeBIT 10 ff., 30, 165
- Champions League 47, 65, 71, 74 ff., 81 ff., 117, 123, 128, 215
- Champions-League-Finale 20, 58, 241, 260
- Commerzbank-Arena 113
- CTS Eventim 138 ff., 143 f.
- Dauerkarte 9, 65, 71 ff., 88, 92, 94, 108, 113 ff., 120, 122, 124, 223, 238, 243, 268
- Deutsche Bahn 28 ff., 66
- Deutsche Nationalmannschaft 124, 148, 160
- Deutsche Telekom 15
- DFB 91, 132 f., 138 ff., 141, 152, 233, 244
- DFB-Pokal 45, 114, 120, 126 ff., 133, 241, 253
- DFL 242, 244, 253
- Dire Straits 200
- eBay 10, 28, 30, 33-44, 47-58, 62, 65, 69, 76 ff., 84 ff., 91 f., 98, 117, 122,

- 126, 128, 154 f., 167 f., 175, 178, 182 ff., 188 f., 206, 214 ff., 219 f., 224, 227, 234, 236 f., 239, 243 ff., 247, 251, 253 f., 257 ff., 261, 271, 273, 275, 282, 286 f.
- Ehrentickets 9, 155
- Eintracht Braunschweig 124, 145, 251
- Eintracht Frankfurt 60, 68, 112 ff., 117, 221, 264
- Einzel schwarzhändler 9, 227
- EM 2008 144 ff., 161
- EM 2012 156 ff.
- Ernst-Happel-Stadion 145
- Esprit-Arena 211 f., 214, 219
- Ethik 262, 268
- Europäische Union 38, 260
- Europameisterschaft 65, 126
- Europapokal 65, 114, 123, 206
- Eurovision Song Contest 2011 21, 210 ff., 222, 229, 276
- Eventies 69, 71 f., 74, 268
- FA (England) 84
- Factoring 259
- Fahrschein-Mafia 31
- FanSale 143
- FC Barcelona 78 f., 83
- FC Bayern München 24, 66, 70 ff., 93, 97, 99, 107 f., 113 f., 120 ff., 127 ff., 190, 224, 230, 236 f., 252
- FC Chelsea 74 f.
- FC Schalke 04 41 f., 48, 67, 73, 95 ff., 120, 123, 139, 215, 221, 223, 253, 263 f., 275
- FC St. Pauli 45 f., 108
- FIFA 63, 132-137, 140 f., 143, 148 ff., 162 ff., 217
- Finale dahoam 74, 78
- Flugtickets 26, 28 f., 228
- Fortuna Düsseldorf 67, 252
- Galatasaray Istanbul 81
- Gehirnamputierte Szene 46
- Geldwäschegesetz 21
- Gelegenheitsschwarzhändler 9, 96, 157, 166, 179, 265, 276
- Ghostwriting 266
- Google 24, 184, 218
- Graf Ventures 225
- Großbritannien 57, 261
- Hamburger SV (HSV) 24, 68, 97, 107 ff., 117, 123, 237, 240, 242, 264
- Handball-WM 2007 196
- Hannah Montana 284
- Hannover 96 239
- Happy Mondays 201
- Hartz IV 82, 175
- Helene Fischer 184 f.
- Hertha BSC Berlin 67, 237
- Hype 7, 20 f., 26, 175, 196, 198, 206, 214 f., 218, 230, 268, 275, 280 f., 286
- IAA 30
- Incentive-Tickets 9, 155
- Index Ventures 225
- Internationales Olympisches Komitee 194
- kalaydo.de 40, 43
- Kanada 262
- kijiji 40
- kleinanzeigen.ebay.de 40, 42 f., 64
- Kleine Gruppe 2.0 104 f.
- Kleines Inhaberpapier 240, 253
- Konzerte 22 ff., 66, 174 ff., 277 ff., 281 ff.
- Kreditkartenbetrug 32
- Lanxess-Arena 23, 195, 282
- Last-Minute-Combos 45, 67 f., 117, 119, 130, 190, 272
- Leerverkauf 17, 19 ff., 52, 61, 179, 231 f.
- London National Gallery 197
- Love Parade 180
- Makler 57, 64
- Manchester United 71, 74, 221
- markt.de 40, 43, 69
- Marktprinzip 236, 263
- Match Services 148, 162, 169 f., 173
- Milli Vanilli 23
- Miss Germany-Wahl 192

- Mitinhaberschaft 258  
 Moral 95, 158, 173, 228, 234 ff.,  
 262 ff.  
 MSV Duisburg 72, 127  
 Namenspapier 241  
 Neujahrskonzert der Wiener Philhar-  
 moniker 189  
 New England Patriots 287  
 Norddeutscher Rundfunk (NDR) 210,  
 213 f.  
 Nordische Ski-WM 2011 196  
 O&P Event Marketing 141  
 O2 World Berlin 23, 56, 210, 282  
 Offizieller Ticketzweitmarkt 242  
 Oktoberfest 26, 190 f.  
 Olympiastadion Berlin 126 f., 130, 132  
 Olympische Sommerspiele 2008 194  
 Olympische Sommerspiele 2012 161,  
 193  
 Olympische Spiele 193  
 Operation Jules Rimet 169, 172  
 Ormus 135 ff., 142  
 PETA 158  
 Philadelphia Phillies 286  
 Pittsburgh Steelers 286  
 Porsche 17, 19  
 Premier League 69, 71  
 Profischwarzhändler 10, 35, 81, 131  
 Public Viewing 75, 144, 170, 215, 217  
 PZPN (Polen) 156  
 quoka.de 40, 43  
 Rammstein 56, 176 f.  
 RB Leipzig 275  
 Real Madrid 79, 81 ff., 236, 244  
 Relegationsspiele 125  
 Rendite 30, 81, 143, 226, 259  
 Rolling Stones 283  
 RSC Anderlecht 81  
 Schalke 04 s. FC Schalke 04  
 Schleichbezug 90, 238, 240  
 Schöne-Wochenend-Tickets 31  
 Schwarzhandel 8, 10, 25, 32 f., 47 f.,  
 55, 67 f., 89, 95 f., 98, 116, 122, 143,  
 147, 155, 162, 169, 174, 187, 199,  
 202, 208, 222, 227, 234, 237 ff.,  
 241, 245, 255 ff., 262 ff., 277, 279  
 Scorpions 280 f.  
 Seattle Seahawks 287  
 Seatwave 43, 93, 96, 109 ff., 226,  
 253 f.  
 Secondary Ticketing 199  
 Selbstjustiz 54, 118, 182 f., 258, 261  
 Seniorentickets 166  
 SEPA 38  
 Signal-Iduna-Park 70, 80, 132  
 Snow Patrol 175  
 Spekulation 17 f., 20, 25, 76, 111, 117,  
 124, 218, 228, 262 f.  
 Spielcasino 15, 47  
 St. Jakob-Park Basel 147  
 Stadionverbot 66, 252  
 Strafrecht 234 ff., 252, 261  
 StubHub 224  
 Stunksitzung 191  
 Super Bowl 286 f.  
 Take That 23, 59, 175, 241  
 Team-Serien-Ticket 135 f.  
 Termingeschäfte 16  
 The Great Ticket Scandal 63  
 Ticket Speculation Act 262  
 Ticketpersonalisierung 22, 75, 132 f.,  
 141 f., 147, 176 f., 178, 180 f., 237,  
 240 ff.  
 Titanic 287 f.  
 Tomorrowland 180 ff.  
 tooor.de 136  
 Touts 201  
 TSG 1899 Hoffenheim 67, 73, 123,  
 127, 252  
 U2 200  
 Udo Jürgens 186 ff.  
 UEFA 63, 75, 84, 145 ff., 158 f., 217  
 Uli-Hoeneß-Cup 78 f.  
 Unterlassungserklärung 88, 91, 93, 98,  
 247 ff.  
 Urheberrechtsverletzung 85 f., 89,  
 246 ff.  
 Urkundenfälschung 32, 235

USA 135, 151, 199, 201, 259  
Ventic 43, 222, 231 f.  
Verlosung 81, 259 f.  
VfB Stuttgart 105, 122, 128  
VfL Wolfsburg 67, 73, 123, 127 f., 253  
Viagogo 21, 25, 43 f., 55 ff., 78 f., 91,  
93, 96-112, 117, 122, 171 f., 188,  
196, 206, 213 f., 221-228, 231 ff.,  
243, 247, 275  
viaNOgo 99 ff., 104, 106, 111, 223  
Victoria's Secret Fashion Show 285  
Volksparkstadion 107  
Volkswagen-Aktien 17 ff.  
Vuvuzela 151  
Wacken 177 f.  
Web-Disclaimer 245  
Weltmeisterschaft 23, 65, 126, 140  
Wembley-Stadion 83, 200  
Werder Bremen 116 ff., 123  
Wertpapiere 16 ff., 80, 104, 258  
Weserstadion 117 f.  
Wetten dass..? 192 f.  
WM 1954 279 f.  
WM 2002 65, 151  
WM 2006 23, 35, 65, 73, 131 ff., 144,  
242  
WM 2010 148, 161, 217  
WM 2014 162 ff.  
WM 2022 276  
WMTicketFinder 137  
Wunder von Bern 279 f.  
Youtube 46, 166, 278  
ZDF 186, 192 f.  
Zivilrecht 234, 236