



Eerste Kamer der Staten-Generaal

Postbus 20017

2500 EA Den Haag

Commissie voor Veiligheid & Justitie, t.a.v. mevrouw A.W. Duthler

via Elvier Geurink, Stafmedewerker

Betreft: wetsvoorstel Doorverkoop Toegangskaarten, expert meeting 17 november

11 november 2015

Geachte commissie,

Naar aanleiding van de expert meeting van 17 november aanstaande, willen wij u met onderliggend position paper de voor ons belangrijkste punten benadrukken. Omdat er al veel gezegd en geschreven is over dit wetsvoorstel, geven wij er de voorkeur aan u een viertal korte factsheets toe te sturen, die u hierachter aantreft.

Het betreft:

- de veranderde rol van de primary tickethandel
- hoe werkt de secundaire markt
- onderzoek Rijksuniversiteit Groningen
- (on)nut van wetgeving

Met vriendelijke groet,

Worldticketshop

Marlies Monteban



Factsheet: Veranderde rol primary tickethandel

Secundaire markt als verlengstuk

De afgelopen vijf jaar is een verschuiving van denkwijze ontstaan door de primaire marktpartijen. De primaire markt ziet de secundaire markt als verlengstuk van zijn business model. Dit wordt geïllustreerd door recente overnames van secundaire marktpartijen door primaire marktpartijen; zo heeft Live Nation Seatwave gekocht in 2014.

Zelfs onder artiesten beseft men dat de doorverkoopmarkt niet zal verdwijnen; ze eisen vaak zelf dat een bepaald percentage van hun concertkaarten moet worden aangeboden via de secundaire markt. Ook de theaters, zalen en andere locaties waar de evenementen worden gehouden, bieden een deel van hun kaarten rechtstreeks aan de secundaire markt aan.

Primaire markt met eigen secundaire verkooppunt

Het business model van primaire marktpartijen is daarmee ook steeds zichtbaarder gericht op een marge-optimalisatiemodel waarbij de beste plaatsen op de eerste rijen voor hogere prijzen worden aangeboden tijdens de voorverkoop, zoals in elke commerciële organisatie van toepassing

is. Wanneer men onverhoopt te laat was met het kopen van tickets kan men zich wenden tot de secundaire markt.

Op de website van Live Nation (www.ticketmaster.nl) word je dan ook bij populaire concerten doorverwezen naar de secundaire marktpartij Seatwave. Ondanks dat Live Nation eigenaar is van Seatwave, kiezen zij er op dat moment voor de tickets voor een hogere prijs te verkopen via hun eigen secundaire verkooppunt.

Veranderd standpunt

Illustratief in deze is de gewijzigde zienswijze van primaire marktpartijen op onderhavig wetsvoorstel, welke door de VVEM is ingediend. Zij trekken in twijfel of consumenten zelf hun recht gaan halen; bovendien zou deze primaire marktpartij hier een rol in moeten spelen. Een rol die zij zelf in het geheel niet ambiëert.

Een eerder geopperde oplossing om organisatoren de tickets die op de secundaire markt gekocht zijn ongeldig te verklaren of te blokkeren, functioneert nu niet meer. Zij zouden daar immers ook hun eigen klanten die kaarten via hun secundaire kanaal hebben bemachtigd, benadelen.



Factsheet: Veranderde rol primary tickethandel

Secundaire markt als verlengstuk

De afgelopen vijf jaar is een verschuiving van denkwijze ontstaan door de primaire marktpartijen. De primaire markt ziet de secundaire markt als verlengstuk van zijn business model. Dit wordt geïllustreerd door recente overnames van secundaire marktpartijen door primaire marktpartijen; zo heeft Live Nation Seatwave gekocht in 2014.

Zelfs onder artiesten beseft men dat de doorverkoopmarkt niet zal verdwijnen; ze eisen vaak zelf dat een bepaald percentage van hun concertkaarten moet worden aangeboden via de secundaire markt. Ook de theaters, zalen en andere locaties waar de evenementen worden gehouden, bieden een deel van hun kaarten rechtstreeks aan de secundaire markt aan.

Primaire markt met eigen secundaire verkooppunt

Het business model van primaire marktpartijen is daarmee ook steeds zichtbaarder gericht op een marge-optimalisatiemodel waarbij de beste plaatsen op de eerste rijen voor hogere prijzen worden aangeboden tijdens de voorverkoop, zoals in elke commerciële organisatie van toepassing is. Wanneer men onverhoopt te laat was met

het kopen van tickets kan men zich wenden tot de secundaire markt.

Op de website van Live Nation (www.ticketmaster.nl) word je dan ook bij populaire concerten doorverwezen naar de secundaire marktpartij Seatwave. Ondanks dat Live Nation eigenaar is van Seatwave, kiezen zij er op dat moment voor de tickets voor een hogere prijs te verkopen via hun eigen secundaire verkooppunt.

Veranderd standpunt

Illustratief in deze is de gewijzigde zienswijze van primaire marktpartijen op onderhavig wetsvoorstel, welke door de VVEM is ingediend. Zij trekken in twijfel of consumenten zelf hun recht gaan halen; bovendien zou deze primaire marktpartij hier een rol in moeten spelen. Een rol die zij zelf in het geheel niet ambiëert.

Een eerder geopperde oplossing om organisatoren de tickets die op de secundaire markt gekocht zijn ongeldig te verklaren of te blokkeren, functioneert nu niet meer. Zij zouden daar immers ook hun eigen klanten die kaarten via hun secundaire kanaal hebben bemachtigd, benadelen.



Factsheet: onderzoek Rijksuniversiteit Groningen (RUG)

Uitkomsten onderzoek

In 2009 heeft het Customer Insights Center van de RUG onderzoek uitgevoerd naar het aandeel van secundaire tickethandel ten opzichte van de totale tickethandel.

Een twintigtal grote Nederlandse partijen verhandelt kaarten. Van de ruim 17 miljoen toegangskaarten die jaarlijks worden uitgegeven voor concerten, sportwedstrijden en theatervoorstellingen, blijkt 3,7 procent voor te komen in de boekhoudingen van deze wederverkopers. Dit percentage is veel lager dan tot nu toe werd aangenomen.

Onderzoeker dr. Jelle Bouma hierover: "tot op heden werd aangenomen dat de marktaandelen van wederverkopers in Nederland vergelijkbaar zouden zijn met die in de Verenigde Staten. Onderzoek daar heeft aangetoond dat daar ongeveer tien procent van de kaarten wordt doorverkocht. In Nederland gebeurt dit op veel kleinere schaal. Natuurlijk is het zo dat naast deze grote partijen ook niet-professionele handelaren en particulieren kaarten verkopen, maar zij hebben met relatief kleine aantallen kaarten weinig invloed op de markt. Ons onderzoek toont aan dat geen enkele wederverkoper dusdanig dominant is om de markt te kunnen ontwrichten."

Secundaire markt wordt groter

Doordat de consument meer bekend is met de secundaire ticketmarkt en steeds vaker

bewust de keuze maakt via de secundaire ticketmarkt zijn tickets te kopen - en primaire marktpartijen ook steeds meer zichtbaar actief zijn op de secundaire ticketmarkt - is het de verwachting dat het aandeel tickets verkocht op de secundaire markt inmiddels is gestegen. Echter de veranderde markt, internationalisering, huidige acceptatie en transparantie hebben ertoe geleid dat dit aandeel wellicht iets is gestegen.

Reden voor secundaire bedrijven om door te gaan

Dit geeft te meer aan dat een voorgestelde prijsmaximalisatie in onderhavige wetgeving geen oplossing is en de secundaire markt enkel ondergronds of naar het buitenland zal gaan. En daarmee is handhaving en bescherming van de consument niet gebaat.

Probleem te klein voor wetgeving

Ondanks het feit dat de secundaire markt zeer waarschijnlijk gegroeid is, blijft het aandeel klein ten opzichte van de totale markt. Het RUG-onderzoek toont aan dat slechts bij zeer gewilde concerten en evenementen, een percentage van ca. 11% in de doorverkoop terechtkomt.

De terechte vraag rijst dan ook of dit een nieuwe wet rechtvaardigt



Factsheet: (On)nut van wetgeving

Consument als eigen handhaver

Het valt ten eerste te betwijfelen of consumenten de weg naar de rechter zullen bewandelen als zij via de secundaire markt tickets hebben aanschaf. Dit kost tijd, energie en geld; de drempel om voor een paar tientjes de weg naar de rechter te vinden zal voor veel consumenten niet opwegen tegen de veelal veel hogere kosten en moeite die gepaard gaan met het opstarten van een juridische procedure.

De oplossing welke het wetsvoorstel beoogt, is niet handhaafbaar en schiet daarmee zijn doel voorbij.

Handhaving buitenlandse partijen

Ook zijn buitenlandse marktpartijen, zoals Viagogo, Seatwave en Ebay (middels marktplaats) tegenwoordig zichtbaar actief op de Nederlandse ticketmarkt. Handhaving van de prijsmaximalisatie voor elders gevestigde marktpartijen zal buitengewoon lastig handhaafbaar zal zijn en komt uiteindelijk niet ten goede aan de behoefte van de consument.

Bewuste keuze consument

De bonafide secundaire websites zijn transparant en communiceren helder over

hun prijsstelling en over het feit dat de consument zich op een website begeeft waar het om doorverkochte toegangskarten gaat. Het is voor de consument dus een bewuste keuze om meer voor een ticket te betalen. Dat zijn de secundaire bedrijven verplicht conform reeds bestaande wetgeving, zoals de 'Wet oneerlijke handelspraktijken'. Daar houdt onder meer de ACM streng toezicht op.

In plaats van een nieuwe wet op te tuigen, is het effectiever als de ACM zich gaat richten op die bedrijven die actief zijn in de secundaire ticketbranche die geen duidelijke informatievoorziening hebben op hun website, daarmee duidelijk de klant misleiden of zelfs tickets niet leveren, en dus de consumenten oplichten.

Hoe dan wel?

In het Verenigd Koninkrijk is men bezig wetgeving te implementeren waarbij voor secundaire marktpartijen duidelijke regels ten aanzien van de voorlichting aan consumenten worden voorgeschreven, maar er ook een verplichting voor primaire marktpartijen is opgenomen om geen tickets te annuleren, blokkeren of ongeldig te maken die zijn gekocht op de secundaire markt. Heldere, transparante en werkbare afspraken voor marktpartijen die de consument de vrije keuze laat waar zijn geldige ticket te kopen.