

Vergaderjaar 2007–2008

**31 461**

**Voorstel van wet van het lid Gerkens 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 toegangskaarten voor een tevoren georganiseerde publieke gebeurtenis op het terrein van sport of cultuur (doorverkoop toegangskaarten)**

**Nr. 3**

**MEMORIE VAN TOELICHTING**

**ALGEMEEN**

**1.1 Strekking wetsvoorstel**

Het wetsvoorstel voorziet in een regeling betreffende de doorverkoop van toegangskaarten voor een tevoren georganiseerde publieke gebeurtenis op het terrein van sport of cultuur (hierna: toegangskaarten).

Doorverkoop in toegangskaarten is geen nieuw fenomeen. De omstandigheden waaronder deze handel plaatsvindt, zijn in de afgelopen jaren echter ingrijpend veranderd. Door het internet is de tussenhandel in toegangskaarten sterk toegenomen en bovendien geprofessionaliseerd. Waar het enkele jaren geleden in advertenties in de krant nog ging om enkele toegangskaarten van een paar handelaren, zijn het thans voornamelijk professionele tussenhandelaren die bij de start van de voorverkoop de toegangskaarten massaal opkopen en deze vervolgens tegen een aanzienlijk hogere prijs doorverkopen via algemeen toegankelijke verkoopsites, zoals marktplaats.nl, of speciaal daarvoor in het leven geroepen websites, zoals: Onlineticketshop.nl, Worldticketshop.nl, Budgetticket.nl, Tickets4u.nl, Topeventtickets.nl, Ticketunlimited.nl, Ticketforsale.nl, Soldouteventtickets.nl en Easytickets.nl.

Het doorverkopen van toegangskaarten is thans niet gereguleerd. Met name het doorverkopen van toegangskaarten tegen een hogere prijs heeft – in de huidige praktijk – echter grote gevolgen voor de bereikbaarheid van de culturele en sportevenementen voor een breed publiek. Het is daarom van belang dat met name wegens dit aspect van de doorverkoop regels worden gesteld. In het wetsvoorstel wordt daarom voorgesteld Boek 7 van het Burgerlijk Wetboek (BW) en de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc) te wijzigen.

## 1.2 De werkwijzen van de tussenhandelaren

De tussenhandelaren hanteren verschillende werkwijzen. De «kleine» tussenhandelaar staat in de regel gewoon in de rij bij het verkooppunt. Omdat er meestal een restrictie geldt ten aanzien van het aantal toegangskaarten dat men per persoon kan kopen (aankoopquotum), schakelt de tussenhandelaar andere personen in die tegen een vergoeding ieder het maximaal aantal toegangskaarten aankopen. De aankoop van de toegangskaarten gaat regelmatig gepaard met intimidatie van de overige wachtenden in de rij, om zo te kunnen voordringen (TROS Radar d.d. 5 december 2005). De «kleine» tussenhandelaren bieden de aangekochte toegangskaarten vooral aan via algemeen toegankelijke verkoopsites als Marktplaats en E-bay.

De «grotere» tussenhandelaren maken naast het fysieke verkooppunt ook gebruik van het internet of kopen telefonisch toegangskaarten op. Om het aankoopquotum te omzeilen reserveren de tussenhandelaren de toegangskaarten op verschillende namen en onder vermelding van verschillende e-mailadressen. De toegangskaarten bieden zij, vaak nog voordat deze betaald zijn, te koop aan op hun eigen website voor een hogere prijs.

Indien de tussenhandelaar op zijn eigen verkoopsite nog onvoldoende reserveringen heeft ontvangen, schort hij de betalingen voor de gereserveerde toegangskaarten op. De reserveringen komen dan automatisch te vervallen. De tussenhandelaar reserveert de toegangskaarten echter vervolgens opnieuw en wacht af of er alsnog reserveringen op zijn eigen website zijn binnenkomen.

Van de websites waarop toegangskaarten worden aangeboden, is vaak onduidelijk door welke ondernemingen of handelaren deze worden geëxploiteerd en wat hun achtergrond is. Vermoed wordt dat een groot aantal websites in handen is van een kleine groep ondernemingen of handelaren.

## 1.3 De gevolgen van de tussenhandel voor de consument

De handelwijze van de handelaren zorgt er voor dat op de vaak reeds schaarse markt op een oneigenlijke wijze de prijs wordt opgedreven. Dit is in de eerste plaats het geval bij toegangskaarten voor evenementen als voetbalwedstrijden, muziekfestivals en popconcerten. Bij dit soort populaire evenementen is er vaak meer vraag naar de toegangskaarten dan dat er aanbod is. Door de hiervoor beschreven werkwijzen van de tussenhandelaren lukt het de individuele consument niet meer om via de officiële verkoopsite of het officiële verkooptelefoonnummer aan toegangskaarten te komen. De consument is daardoor voor de aankoop van toegangskaarten aangewezen op de tussenhandelaren die de toegangskaarten doorverkopen voor veel hogere prijzen dan de oorspronkelijke aankoopprijs. Zo werden de toegangskaarten voor het concert van René Froger op 15 december 2007 die door de officiële verkoopinstantie werden verkocht voor € 70, door de tussenhandelaren te koop aangeboden voor € 170<sup>1</sup>. In maart 2007 konden op de website van een tussenhandelaar toegangskaarten voor een concert van de band Arctic Monkeys nog voor het begin van de voorverkoop worden gereserveerd voor de prijs van € 125. De toegangskaarten gingen enkele maanden later door de officiële verkoopinstantie in de voorverkoop voor de oorspronkelijke verkoopprijs van € 34. En op 6 december 2007 konden ook reeds toegangskaarten voor het interland Nederland–Italië in Bern in het kader van de Europese kampioenschappen worden gereserveerd voor een prijs van maar liefst tussen de € 925 en € 1295. De toegangskaarten zijn nog niet in de voorverkoop, maar de verwachting is dat een toegangskaart maximaal rond de € 100 gaat kosten. Voetbalfans of muzikfans hebben vaak veel geld over voor een toegangskaart. Er zijn echter ook consumenten die zich zulke hoge

---

<sup>1</sup> <http://budgetticket.gaonline.nl/budgetticketklacht.php>

prijzen niet kunnen veroorloven. Zij worden door de prijsopdriving zelfs helemaal uitgesloten van de mogelijkheid om een dergelijk evenement bij te wonen. Dat is een onwenselijke ontwikkeling. Het overheidsbeleid is erop gericht culturele en sportevenementen voor grote groepen mensen toegankelijk te houden. Sport en cultuur zijn belangrijke elementen in onze maatschappij. Met subsidies en stimuleringsmaatregelen wil de overheid sport en cultuur voor alle mensen bereikbaar houden en niet alleen een selecte groep. Het speculeren met toegangsbewijzen staat haaks op dit beleid. Omdat vanwege de prijsopdriving de toegankelijkheid van culturele en sportevenementen verminderd, is het treffen van maatregelen door de overheid gerechtvaardigd.

De consument die wel de verhoogde prijs van de toegangskaart kan betalen, wordt bij annulering van het evenement vaak dubbel gedupeerd, doordat hij dan slechts de nominale waarde – de prijs die op de toegangskaart vermeld staat – vergoed krijgt en dus niet de prijs die hij daadwerkelijk voor de toegangskaart heeft betaald.

Het komt ook voor dat de doorverkoop van de toegangskaarten juist stagneert en dat de tussenhandelaar een groot aantal toegangskaarten overhoudt. Op een in eerste instantie – door toedoen van tussenhandelaren – volledig uitverkocht evenement blijkt dan niet het verwachte aantal bezoekers af te komen. De organisator van het evenement heeft zelf echter alle toegangskaarten verkocht en hij zal dan ook niet geneigd zijn om bij een volgend evenement de prijs van de toegangskaarten te verlagen, met als gevolg dat de prijs van de toegangskaart kunstmatig hoog wordt gehouden. In beide gevallen is er sprake van een te hoge prijs en wordt de consument benadeeld.

Tot slot is nog van belang dat evenementen vaak direct of indirect door de overheid worden gesubsidieerd. Zo ontvangen poppodia als «Paradiso» in Amsterdam, «013» in Tilburg en «Patronaat» in Haarlem, alsmede diverse theaters subsidie. Achtergrond van de subsidieverlening is onder meer om cultuur en sport bereikbaar te houden voor een breed publiek. Zoals hiervoor is aangegeven, zorgt de prijsopdriving bij de doorverkoop van toegangskaarten er echter voor dat het voor bepaalde consumenten financieel onmogelijk is geworden om toegangskaarten voor bepaalde evenementen te kopen. De handelspraktijken van de tussenhandelaren bewerkstelligen derhalve dat het met de subsidies beoogde doel niet worden bereikt.

### **De gevolgen van de tussenhandel voor de artiesten, sportersevenementenorganisatoren**

Behalve de consument worden ook de evenementenorganisatoren en de optredende artiesten of sporters benadeeld. De artiesten worden benadeeld doordat wegens de prijsopdriving de bereikbaarheid van het evenement waar zij optreden, afneemt.

Ook de evenementenorganisatoren ondervinden dat de bereikbaarheid van het evenement dat zij organiseren, afneemt. Zij worden door de werkwijzen van de tussenhandelaren bovendien belemmerd in hun bedrijfsvoering. In de eerste plaats hebben de evenementenorganisatoren door de massale speculatie met de toegangskaarten op de gewone markt totaal geen invloed meer op de prijs van de toegangskaarten, met alle negatieve effecten van dien voor het evenement dat zij organiseren. Stagneert de doorverkoop van de toegangskaarten en houdt de tussenhandelaar een groot aantal aangekochte toegangskaarten over, dan maken de evenementenorganisatoren vaak onnodige kosten, doordat zij rekening hebben gehouden met een veel groter bezoekersaantal. Hebben de tussenhandelaren de toegangskaarten nog niet betaald en afgenomen, maar blijven zij de toegangskaarten wel steeds opnieuw reserveren, dan raakt de evenementenorganisator het zicht op de mate van belangstelling voor een evenement kwijt. Organisatoren van popconcerten besluiten

bijvoorbeeld bij grote belangstelling – wat blijkt uit het grote aantal reserveringen – regelmatig om extra concerten in te plannen. Als vervolgens de reserveringen weer vervallen, is het heel moeilijk om de toegangskaarten voor deze concerten via de officiële verkooppunten te verkopen.

Bij een evenement zijn voorts ook andere ondernemers betrokken. Het gaat daarbij om hen die van de evenementenorganisator een standplaats op het evenemententerrein huren om daar een horeca- of eetgelegenheden te exploiteren of aan het evenement gerelateerde producten – vooral kleding en accessoires – te verkopen. Het betreft grote bierbrouwerijen, maar ook kleine ondernemers. Deze ondernemers stemmen de grootte van de stand die zij huren en het aantal personeelsleden dat zij inschakelen, af op het aantal bezoekers van het evenement. Als het daadwerkelijke bezoekersaantal veel lager is dan – gelet op het aantal via de officiële verkoopkanalen verkochte toegangskaarten – werd verwacht, betekent dit dat deze ondernemers hoge, maar vooral ook onnodige kosten maken en wellicht verlies leiden.

Door de tussenhandel ontstaat dus geen goed overzicht meer van vraag en aanbod en is daardoor de markt reeds verstoort. Het scheve beeld heeft nadelige effecten voor de organisatoren. Zij leiden weliswaar geen verliezen op de kaartverkoop maar hun reputatie is wel van belang.

Wanneer een artiest voor een deels lege zaal speelt terwijl hem een uitverkochte hal is beloofd, wanneer een ondernemer met zijn waren blijft zitten omdat er minder bezoekers zijn dan gezegd, dan zal de organisator hierdoor reputatieschade oplopen. Dit kan erin resulteren dat het organiseren van evenementen in de toekomst voor hem moeilijker wordt.

### **1.3 Noodzaak om regels te stellen**

De evenementenorganisatoren hebben in het verleden verschillende initiatieven ondernomen om de hiervoor beschreven handelspraktijken van de tussenhandelaren tegen te gaan. Zo hebben zij geëxperimenteerd met de verkoop van toegangskaarten op naam en de afgifte van speciale pasjes, waarmee de koper van een toegangskaart zich moet identificeren alvorens hij een toegangskaart kan kopen. Zo kon bij de verkoop van de toegangskaarten voorkomen worden dat kopers het aankoopquotum zouden overschrijden. Deze initiatieven bleken succesvol bij de verkoop van toegangskaarten voor voetbalwedstrijden in met name de eredivisie. Voetbalfans beschikken immers vaak al over een op naam gestelde seizoenskaart van de «eigen» voetbalclub waarmee zij de thuiswedstrijden bezoeken. Bij de verkoop van toegangskaarten voor uitwedstrijden of internationale toernooien kan aan de hand van de seizoenskaart worden gecontroleerd of een koper al toegangskaarten gekocht. Dit systeem werkt echter niet bij de verkoop van toegangskaarten voor andersoortige evenementen waarbij geen sprake is van seizoenskaarten.

Daarnaast hebben de evenementenorganisatoren geprobeerd om een systeem op te zetten, waarmee «verdachte» reserveringen van toegangskaarten geannuleerd kunnen worden, en hebben zij geëxperimenteerd met nieuwe vormen van toegangskaarten, zoals elektronische toegangskaarten, al dan niet vergrendeld door middel van een eenmalig te ontsluiten barcode (E-tickets), en toegangsbewijzen die per SMS worden verzonden (SMS-tickets). Deze instrumenten werpen weliswaar enkele drempels op tegen de doorverkoop van toegangskaarten tegen een hogere prijs, maar bieden geen adequate oplossing. Het annuleren van de toegangskaarten kan alleen wanneer de organisator een vermoeden van doorverkoop heeft en de SMS dienst is voor een enkele toegangskaart, maar biedt geen oplossing bij grotere groepen, omdat via een SMS dienst niet grote aantallen kaarten tegelijk zullen worden gekocht.

Tot slot hebben de meeste evenementenorganisatoren in hun algemene voorwaarden een beding opgenomen, waarin is bepaald dat de toegangs-

kaarten niet doorverkocht mogen worden. Dit beding biedt echter onvoldoende bescherming. In zijn arrest van 10 september 1998 oordeelde het gerechtshof Amsterdam (rolnr. 1408/97 KG) bijvoorbeeld, dat het beding waar de evenementenorganisator zich op beriep niet kon worden ingeroepen tegen de desbetreffende tussenhandelaar. Het beding waar het in deze casus om ging had alleen gelding jegens de eerste koper van de toegangskaarten. De tussenhandelaar stelde dat hij de toegangskaarten niet rechtstreeks van de evenementenorganisator had gekocht, maar van een derde, waardoor hij dus niet de eerste koper was. De evenementenorganisator slaagde er niet in deze stelling te weerleggen. De evenementenorganisatoren zouden een kettingbeding in hun algemene voorwaarden kunnen opnemen. Onder een kettingbeding wordt verstaan een beding tussen de verkoper en de koper van een goed, waarbij de koper een bepaalde verplichting op zich neemt en zich bovendien verplicht om dezelfde verplichting ten behoeve van de verkoper op te leggen aan zijn rechtsopvolgers, alsmede om zijn rechtsopvolgers te verplichten om die verplichting aan hun rechtsopvolgers op te leggen, dit alles veelal op straffe van een aan de oorspronkelijke verkoper te betalen boete. Een kettingbeding is in dit geval echter evenmin effectief. Geeft de koper van de toegangkaart het beding niet door bij de doorverkoop, dan heeft de oorspronkelijke verkoper slechts aanspraak op schadevergoeding wegens wanprestatie of op de verbeurde boete. De tussenhandel in toegangskaarten is zo omvangrijk dat het voor de evenementenorganisatoren ondoenlijk is om op te treden tegen alle overtredingen van het kettingbeding. Bovendien heeft de consument die de toegangkaart heeft gekocht en door de overtreding van het beding wordt benadeeld, hier niets aan.

### 1.6 Wet- en regelgeving in het buitenland

België<sup>1</sup>, Frankrijk, en Polen kennen reeds regels betreffende de tussenhandel in toegangskaarten<sup>2</sup>. Ook in de Verenigde Staten is er specifieke wetgeving. In België heeft de Minister van Economische Zaken een convenant gesloten met de evenementenorganisatoren. In dit convenant hebben zij afgesproken dat alle toegangskaarten op naam worden verkocht en dat deze alleen mogen worden doorverkocht met de uitdrukkelijke toestemming van de evenementenorganisator. Het Ministerie van Economie ziet toe op de naleving van het convenant en voert daartoe controles uit. De resultaten zijn positief.

In Groot-Brittannië is het doorverkopen van toegangskaarten voor voetbalevenementen verboden<sup>3</sup>. Voor de doorverkoop van toegangskaarten voor culturele evenementen geldt dit verbod niet. Voor het zeer populaire Glastonburyfestival heeft de evenementenorganisator daarom vorig jaar zelf een met verschillende waarborgen omkleed verkoopsysteem opgezet, teneinde de doorverkoop van de toegangskaarten tegen te gaan. Wie een toegangkaart wilde kopen voor het festival, moest zich eerst geruime tijd voordat de voorverkoop van start ging, laten registreren. De registratie omvatte, naast de persoonsgegevens ook een foto. Toen een paar maanden later de voorverkoop van start ging, werden uitsluitend toegangskaarten verkocht aan personen die waren opgenomen in het registratiesysteem. Op iedere toegangkaart werd de foto van de koper afgedrukt. Het was daardoor niet mogelijk om de toegangskaarten door te verkopen. Dit zeer uitgebreide verkoopsysteem vergde een grote investering van de evenementenorganisator. Omdat het Glastonburyfestival erg populair is en dus ieder jaar is uitverkocht, kon deze investering gemakkelijk worden terugverdiend door de evenementenorganisator. Dit zal echter uiteraard niet bij elk evenement het geval zijn. Daarom is dit verkoopsysteem niet in alle gevallen een geschikt instrument om de doorverkoop van toegangskaarten tegen een hogere prijs tegen te gaan. In de Verenigde Staten bestaat in een aantal Federale Staten wetgeving waarin het met winst doorverkopen van toegangskaarten is verboden.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> <http://www.eventplanner.be/nieuws-trends/evenementen/499/strijdtegen-illegale-tickethandel.html>

<sup>2</sup> The ILMC Journal Issue 13 q32007.

<sup>3</sup> Criminal Justice and Public Order Act 1994.

<sup>4</sup> <http://www.cga.ct.gov/2006/rpt/2006-R-0761.htm>

Wel kan vaak een gelimiteerd bedrag – meestal een bepaald percentage van de prijs van de toegangskaart – aan servicekosten, waaronder administratie- en verzendkosten, in rekening worden gebracht. In enkele andere Federale Staten is het met winst doorverkopen van toegangskaarten alleen toegestaan, als de evenementenorganisator hiervoor toestemming heeft gegeven. Daarnaast hebben de meeste Federale Staten in hun wetgeving een vergunningsstelsel opgenomen. Alleen de handelaren die beschikken over een vergunning, mogen toegangskaarten verkopen. Inmiddels wil een aantal Federale Staten de desbetreffende wetgeving ook weer laten varen. De reden hiervoor is dat deze moeilijk te handhaven is. Dit heeft echter alles van doen met het verkoopsysteem van de Verenigde Staten zelf. De prijs van de toegangskaarten wordt bepaald aan de hand van de vraag. Eerst wordt een beperkt aantal toegangskaarten uitgegeven. Wanneer de vraag groot is zal de prijs van de tweede en latere uitgifte hoger liggen. De handhaving is hierdoor ingewikkeld en vindt amper plaats.

In Polen is doorverkoop van toegangskaarten verboden, maar werd dit verbod vaak genegeerd<sup>1</sup>. Totdat in 2005 vijf verkopers voor het gerecht werden gedaagd. Sindsdien wordt er gehandhaafd door de politie maar ook door bijvoorbeeld veilingssites zelf.

## 1.6 De voorgestelde regeling

Zoals is beschreven in paragraaf 1.5 hebben de pogingen die in de markt zijn ondernomen om de negatieve effecten van de tussenhandel in toegangskaarten tegen te gaan, niet geleid tot een adequate oplossing. De initiatiefnemers zijn er daarom van overtuigd dat het noodzakelijk is om de tussenhandel in toegangskaarten te reguleren. Geïnspireerd door het in een aantal landen bestaande verbod op het met winst doorverkopen van toegangskaarten, stellen de initiatiefnemers voor om in Boek 7 van het Burgerlijk Wetboek een soortgelijke regeling op te nemen.

In Boek 7 van het BW wordt in een nieuw artikel 4a – kort gezegd – bepaald dat toegangskaarten voor evenementen niet te koop mogen worden aangeboden en niet mogen worden verkocht tegen een hogere prijs dan de oorspronkelijke verkoopprijs. De verkoper mag nog wel administratiekosten en verzendkosten in rekening brengen, mits deze kosten rechtstreeks voortvloeien uit de koop van de toegangskaart en niet meer bedragen dan tien procent van de oorspronkelijke prijs van de toegangskaart (lid 1). Indien de verkoper de toegangskaart verkoopt in combinatie met een zaak of een andere dienst, dient hij in zijn aanbod een onderscheid te maken tussen de prijs van de toegangskaart en de prijs van die zaak of die dienst (lid 2).

Negeert de verkoper het in het eerste lid opgenomen voorschrift en leidt een met dit voorschrift strijdig aanbod ertoe dat een toegangskaart wordt verkocht voor een hogere prijs dan de oorspronkelijke verkoopprijs, dan geldt het bedrag dat de koper heeft voldaan boven de oorspronkelijke verkoopprijs en de toegestane verhoging voor administratie- en verzendkosten, als onverschuldigd betaald (lid 3). Volgens de wettelijke regels inzake onverschuldigde betaling (artikel 6:203 e.v. BW) kan de koper dit «te veel betaalde bedrag» van de verkoper terugvorderen. Dit kan de koper ook doen nadat het evenement heeft plaatsgevonden.

Lid 1 tot en met 3 zijn dwingendrechtelijke bepalingen waarvan niet ten nadele van de koper kan worden afgeweken (lid 4). Een koopovereenkomst betreffende een toegangskaart die in strijd met deze bepalingen tot stand is gekomen kan door de koper op basis van artikel 3:40 lid 2 BW worden vernietigd, mits het evenement nog niet heeft plaatsgevonden.

---

<sup>1</sup> The ILMC Journal Issue 13 q3 2007

## 1.7 De handhaving

Gelet op het voorgaande kan geconcludeerd worden dat er voor de doorverkoop een markt bestaat. De redenen daarvoor laten zich raden, de koper kan bij gebrek aan aanbod alleen nog bij de doorverkoper terecht; de doorverkoper creëert immers een schaarste door de toegangskaarten op te kopen. De tussenhandel wordt in stand gehouden omdat er kopers zijn die de veel te dure toegangskaarten blijven kopen, bijvoorbeeld omdat zij er een groot bedrag voor over hebben om het concert van hun favoriete artiest bij te kunnen wonen of omdat zij de meerprijs graag betalen om maar niet in de rij te hoeven staan bij het officiële verkooppunt.

De verwachting is dat de voorgestelde regeling er in eerste instantie toe zal leiden dat een aantal handelaren de doorverkoop van de toegangskaarten zal staken. Immers nu zij voor de toegangskaarten geen hogere prijs meer kunnen rekenen, zullen deze activiteiten voor hen niet langer interessant zijn. Er zullen echter ook handelaren zijn, die zich niets zullen aantrekken van het verbod en toegangskaarten zullen blijven aanbieden tegen een hogere prijs. Het is daarom belangrijk dat er voldoende mogelijkheden zijn om de regeling te handhaven.

De handhaving van de regeling zal in de eerste plaats plaatsvinden door de consument zelf, al dan niet via de burgerlijke rechter. De consument kan, zoals reeds is opgemerkt, het te veel betaalde bedrag door middel van een bij de rechter aanhangig te maken civiele procedure, op de verkoper verhalen. Indien het evenement nog niet heeft plaatsgevonden en de consument geheel af zou willen van de koopovereenkomst, kan hij op basis van de artikelen 3:40 lid 2 en 49 BW de koopovereenkomst door middel van een buitengerechtelijke verklaring of een rechtelijke uitspraak vernietigen wegens strijd met een dwingendrechtelijke bepaling.

Daarnaast is voor de handhaving van de nieuwe regeling aangesloten bij de Wet handhaving consumentbescherming (Whc). De materiële bepaling van artikel 7:4a BW is overgenomen in de Whc, waardoor het voor de Consumentenautoriteit mogelijk wordt om toezicht te houden op de naleving van deze norm en bestuursrechtelijk op te treden tegen collectieve inbreuken op de norm (artikel 2.2 Whc). Indien de Consumentenautoriteit van oordeel is dat een overtreding heeft plaatsgevonden, kan zij de overtreder een last onder dwangsom of een bestuurlijke boete opleggen (artikel 2.9 Whc). De Consumentenautoriteit zal alleen effectief tegen overtredingen van artikel 7:4a BW kunnen optreden, indien ook sprake is van een reële pakkans. Daartoe zullen de Vereniging van Evenementenorganisatoren (VVEM), de Vereniging Nederlandse Poppodia en Festival (VNPF) en de Consumentenautoriteit samenwerken bij het toezicht op de naleving van het verbod. De VVEM zal capaciteit vrij maken om zelf te onderzoeken of er illegaal aanbod op internet te vinden is. De VNPF (Vereniging van Nederlandse Poppodia en Festivals) zal de VVEM hierbij ondersteunen. Wanneer de VVEM of een van zijn leden overtredingen signaleren, zal de VVEM dit melden bij de Consumentenautoriteit. Indien duidelijk is dat sprake is van een collectieve inbreuk op de consumentenbelangen, zal de Consumentenautoriteit de handhaving van het verbod oppakken. Hiertoe zullen tussen de Consumentenautoriteit en de VVEM duidelijke afspraken worden gemaakt.

Tenslotte moet nog opgemerkt worden dat websites als Marktplaats en Ebay naar aanleiding van klachten regelmatig advertenties verwijderen waarin een onwettig aanbod wordt gedaan. De VVEM zal daarom wanneer zij overtredingen van artikel 7:4a BW signaleert ook contact opnemen met Marktplaats en Ebay.

De indiener beseft dat de voorgestelde regeling geen waterdichte oplossing biedt voor de hiervoor geschetste problemen. Het blijft immers mogelijk dat een tussenhandelaar buiten het zicht van de handhaver toegangskaarten verkoopt tegen een hogere prijs. Indien geregeld zou

worden dat de toegangskarten uitsluitend nog op naam zouden kunnen worden verkocht, zou waarschijnlijk eerder sprake zijn van een waterdichte oplossing. Voorwaarde is dan wel dat stelselmatig zou worden gecontroleerd of iedere bezoeker van een evenement wel beschikt over een op zijn naam gestelde toegangskart. Hier is niet voor gekozen, omdat de uitvoering van dit systeem onevenredig belastend is voor de consument en de evenementenorganisatoren. Bovendien zal het onder de voorgestelde regeling voor de tussenhandelaar zeer moeilijk zijn om buiten het zicht van de handhaver grote hoeveelheden toegangskarten te koop aan te bieden tegen een hogere prijs. Een advertentie op het internet is bijvoorbeeld al veel te opzichtig. De nieuwe regeling werpt daarmee al zo veel drempels op, dat verwacht mag worden dat de hiervoor beschreven handelspraktijken in ieder geval aanzienlijk zullen afnemen.

## **1.8 Europese regelgeving**

De regeling heeft primair betrekking op dienstverrichtingen binnen Nederland. De tussenhandelaren zijn gevestigd in Nederland en de publieke evenementen vinden plaats in Nederland. De artikelen 49 e.v. EG-verdrag en de Dienstenrichtlijn staan daarom niet aan de regeling in de weg, te meer daar deze is ingegeven door dwingende overwegingen van algemeen belang, waaronder de eerlijkheid van handelstransacties, consumentenbescherming en een brede toegankelijkheid van culturele evenementen in Nederland, ook voor mensen met een mindere inkomenspositie. De in dit wetsvoorstel geïntroduceerde regeling houdt daarmee geen beperking in van het vrije dienstenverkeer. Overigens is het niet ondenkbaar dat naar aanleiding van deze regeling thans in Nederland gevestigde tussenhandelaren hun vestiging straks wellicht gaan verplaatsen naar, bijvoorbeeld, België of Duitsland met het uitsluitende oogmerk om zich aan de werking van deze regeling te onttrekken. Uit de vaste jurisprudentie van het Hof van Justitie voor de Europese Gemeenschappen volgt echter dat de door het EG-Verdrag geschapen mogelijkheden er niet toe mogen leiden, dat degenen die daarvan profiteren, deze kunnen misbruiken om zich aan de werking van hun nationale recht te onttrekken, en zij de lidstaten niet beletten om de nodige maatregelen te nemen om dergelijke misbruiken te voorkomen (HvJEG zaak 115/78, Knoors, 7 februari 1979, Jur. 1979, blz. 399, ro. 25, o.m. bevestigd in HvJEG zaak C-109/01, Akrich, 23 september 2003, Jur. 2003, I-9665, ro. 41). Kortom, ook in deze gevallen kan hun de voorgestelde regeling worden tegengeworpen zonder met Europese regelgeving in strijd te komen. De indiener van het wetsvoorstel ziet daarom geen Europeesrechtelijke obstakels voor het wetsvoorstel.

## **2. Administratieve lasten en financiële gevolgen**

Het wetsvoorstel heeft geen invloed op de administratieve lasten van bedrijven of burgers.

De maatschappelijke besparingen als gevolg van de invoering van de nieuwe regeling zijn gebaseerd op hetgeen hiervoor is opgemerkt over subsidieverlening (paragraaf 1.3).

De kosten voor de handhaving van dit verbod zullen beperkt zijn, omdat de verwachting is dat een groot deel van de handhaving zal plaatsvinden door de consument zelf en daarnaast zal de Consumentenautoriteit – zoals is beschreven in paragraaf 1.7 – worden bijgestaan door de VVEM en VNPF.



## ARTIKELEN

### Artikel I

In artikel 4a lid 1 wordt voorgeschreven dat toegangskaarten niet mogen worden aangeboden en verkocht tegen een hogere prijs dan de oorspronkelijke verkoopprijs. Op dit voorschrift wordt één uitzondering toegestaan. De verkoper mag namelijk wel de rechtstreeks uit de koop van de toegangskaart voortvloeiende administratie- en verzendkosten in rekening brengen, mits deze niet meer bedragen dan tien procent van de prijs van de toegangskaart.

In lid 1 is voor wat betreft het begrip cultureel of sportevenement aangesloten bij de definitie die is opgenomen artikel 1 onderdeel pp van de Mediawet, waarin is bepaald dat onder het begrip «evenement» wordt verstaan: een georganiseerd publiek evenement op het terrein van sport of cultuur. Bij een cultureel evenement moet gedacht worden aan bijvoorbeeld muziekfestivals, popconcerten en theater- en toneelvoorstellingen. Wordt een toegangskaart – in strijd met het in lid 1 opgenomen voorschrift – verkocht voor een hogere prijs dan de oorspronkelijke verkoopprijs, dan geldt het bedrag dat de koper heeft voldaan boven de oorspronkelijke verkoopprijs en de toegestane verhoging voor de verzend- en administratiekosten, als onverschuldigd betaald (lid 3). In het algemeen deel van de toelichting is reeds opgemerkt dat de koper dit bedrag kan terugvorderen van de verkoper (artikel 6:203 lid 2 BW).

Wordt een toegangskaart aangeboden in combinatie met een zaak of een andere dienst, dan dient de verkoper ingevolge lid 2 in zijn aanbod een onderscheid te maken tussen de prijs van de toegangskaart en de prijs van die zaak of dienst.

In lid 4 is bepaald dat van niet ten nadele van de consument kan worden afgeweken van artikel 4a lid 1 tot en met 3. Handelt de verkoper in strijd met deze bepalingen, dan kan de consumentkoper, als het evenement nog niet heeft plaatsgevonden, de koopovereenkomst vernietigen wegens strijd met de wet (artikel 3:40 lid 2 BW). De vernietiging houdt in dat de overeenkomst met terugwerkende kracht nietig wordt en dat alle daaruit voorgekomen prestaties moeten worden teruggedraaid. In dit geval zal de verkoper het aankoopbedrag aan de koper moeten terugbetalen en zal de koper de toegangskaart aan de verkoper moeten retourneren.

### Artikel II

#### *Onderdeel A*

Voorgesteld wordt in een nieuw artikel 8.5a van de Whc te bepalen dat degene die toegangskaarten aanbiedt voor een cultureel of een sportevenement, artikel 4a lid 1 en 2 van Boek 7 van het BW in acht dient te nemen.

#### *Onderdeel B*

Daarnaast zal artikel 8.5a worden opgenomen in onderdeel b van de bijlage bij de Whc. Hiermee wordt bewerkstelligd dat de Consumentenautoriteit bevoegd is om toezicht te houden op de naleving van deze norm en bestuursrechtelijk kan op treden tegen collectieve inbreuken op de norm (artikel 2.2 Whc). Indien de Consumentenautoriteit van oordeel is dat een overtreding heeft plaatsgevonden, kan zij de overtreder een last onder dwangsom of een bestuurlijke boete opleggen (artikel 2.9 Whc).

Gerkens