

Der erste große Vertrag

Abiball. Pompöser Saal, roter Teppich, DJ und Security – das Abitur wird immer aufwendiger gefeiert. Davon profitieren Eventagenturen. Doch nicht alles läuft fair ab.

Der Abijahrgang 2019 des Berliner Schiller Gymnasiums hat sich für Schloss Charlottenburg entschieden. In der Orange-rie, in der preußische Könige Sommerfeste feierten, fand der Abiball statt. 441 Gäste amüsierten sich im Ost- und Westflügel des Barockbaus. Vor dem Eingang lag ein roter Teppich. Drinnen strahlten weiß gedeckte Tische in einer aufwendigen Beleuchtung. 65 Euro kostete eine Eintrittskarte. Dafür gab es ein Büffet, eine Getränkefltrate, einen DJ, einen Fotografen und einen Sicherheitsdienst. Gesamtkosten des Balls: rund 30 000 Euro.

Derart aufwendige Abifeiern im Stil eines Opern- oder Filmballs liegen im Trend. Das beobachtet Dieter Cohnen, Sprecher der Landeselternschaft der Gymnasien in Nordrhein-Westfalen. „Seit etwa zehn Jahren werden die Feiern immer größer und teurer“, sagt er. „Inzwischen sind sie ein Familienphänomen. Eltern, Geschwister, Freunde oder Großeltern feiern mit.“ Eintrittskarten, Ballkleidung und Frisör verschlingen pro Familie schnell Kosten im vierstelligen Bereich. Und noch etwas hat sich verändert: „Abibälle werden immer öfter von Eventagenturen organisiert“, sagt Cohnen. Die Agenturen verkaufen eine rauschende Ballnacht mit allem, was dazugehört, als Paket.

Ihre Vertragspartner sind oft wirtschaftlich völlig unerfahrene Schüler, die gerade erst volljährig geworden sind. Kein Wunder, dass es da zu Problemen kommen kann.

Wir haben uns beispielhaft Verträge von Veranstaltern angesehen, auf die uns Betroffene aufmerksam gemacht haben, und geben Tipps, wie junge Erwachsene typische Fehler vermeiden (siehe „Vier häufige Fallen“, S. 22).

Plötzlich in der Haftung

Wie leicht die Organisation eines Abiballs in einer persönlichen Katastrophe enden kann, zeigt der Fall von Sophie Weiss*. Drei Monate nach ihrem 18. Geburtstag unterschrieb die Berlinerin einen Veranstaltungsvertrag über 25 641 Euro mit Abiplaner, dem Marktführer für Abi-Events in Berlin. „Ich sollte mir den Vertrag durchlesen und sofort in der Agentur unterschreiben“, erinnert sie sich. „Was ich da genau unterschreibe, habe ich nicht realisiert. Ich wollte damals nur, dass wir Abiturienten einen unvergesslichen Abend haben.“

Uneinig waren sich Schüler und Agentur von Anfang an über die Zahl der Teilnehmer. „Wir dachten bei 80 Abiturienten an höchstens 200 Karten“, sagt Sophie. Das Team von Abiplaner ermittelte aber insgesamt 380 Gäste. „Das seien Erfahrungswerte, hat man uns dort gesagt.“ Darauf hat sie sich verlassen und den Vertrag so akzeptiert.

Nicht klar war ihr, dass sie mit ihrer Unterschrift unter den Vertrag nicht nur einen Abiball in Auftrag gegeben hatte, sondern auch zur Veranstalterin des Balls wurde. „Mein Name stand als Veranstalter auf der Einladungskarte“, sagt sie.

Sophies Haftung beschränkt sich so nicht auf die hohe Vertragssumme, sondern geht noch viel weiter. Rechtsanwalt Thomas Waetke erklärt: „Wenn das Büffet nicht reicht, der Fluchtweg zugestellt ist oder jemand über ein Kabel stürzt und sich verletzt, ist der Veranstalter in der Haftung. Er ist für die Sicherheit verantwortlich und die Besucher haben mit ihm einen Vertrag, nicht mit der Eventagentur.“ In Sophies Vertrag stand, dass Abiplaner eine

Versicherung über 3 Millionen Euro abgeschlossen hat, die im Schadensfall auch für „ihren“ Ball haften würde. Waetke rät: „Man sollte sich vergewissern, dass dies tatsächlich der Fall ist und sich die Bedingungen zeigen lassen.“

200 Karten zu wenig verkauft

Der Kartenverkauf an Sophies Schule verlief von Anfang an schleppend. Wenige Wochen vorher waren nur 158 Karten verkauft – und damit mehr als 200 Karten zu wenig.

Sophie hakte nach und Abiplaner bot ihr an, die Zahl der Karten zu reduzieren oder den Ball mit einer anderen Schule zusammenzulegen, die ebenfalls Schwierigkeiten hatte, die Karten loszuwerden. Die Preisreduzierungen bezogen sich allerdings nur auf variable Kosten wie Büffet oder Getränke. Unterm Strich stand für die Schüler immer noch ein Minus.

„Das war alles für uns nicht machbar“, sagt Sophie. „Wir haben uns schließlich für die Stornierung des Vertrags entschieden.“ 8 375 Euro Stornierungskosten stellte ihr Abiplaner daraufhin in Rechnung. „Uns tut das sehr leid. Wir haben dabei draufgezahlt“, sagt Geschäftsführer Olaf Marsson von Abiplaner, die in diesem Sommer 71 Bälle ausgerichtet haben. Er spricht von einem traurigen Einzelfall. Die Firma habe ihre Verträge inzwischen neu gestaltet. Sie seien nun nahezu ohne Risiko für den Vertragspartner.

Geschäfte mit Unerfahrenen

Der Berliner Rechtsanwalt Karun Dutta ärgert sich, wenn er von Fällen wie Sophies hört. Er hat Schüler von 15 verschiedenen Oberschulen gegenüber Eventagenturen wie Abiplaner vertreten. „Dort werden Geschäfte mit wirtschaftlich völlig unerfahrenen, jungen Menschen gemacht“, sagt er.

Seine Beobachtung: „Meistens kommt es bei Konflikten zum Vergleich.“ Trotzdem stehen junge Menschen am Ende mit Schulden

Zu wenig Gäste beim Abiball – eine Schülerin soll 8 375 Euro Stornogebühren zahlen.



Endlich Abitur

Bianca Miranda (Mitte) und ihre Freundinnen feierten im Juni 2019 ihren Abiball in der Orangerie des Berliner Schlosses Charlottenburg. Miranda gehörte zum Abiballkomitee des Berliner Schiller Gymnasiums. Organisiert hat den Ball die Eventagentur „Abitraum“. Den Ball fand die 18-Jährige richtig schön, die Zusammenarbeit mit Abitraum aber stressig: „T-Shirts, die vertraglich zugesichert waren, haben wir nicht erhalten,

und die Eisfltrate wurde einfach verändert.“ Angefangen hatte ihre Zusammenarbeit rund 15 Monate vorher. „Ich habe einen Anruf von Abitraum erhalten“, erinnert sich Miranda. Sie wurde sogar von mehreren Agenturen kontaktiert. Für Abitraum hat sich das Komitee entschieden, weil die Agentur die schöne Orangerie für die Zeit der Abibälle exklusiv gemietet hatte. Nachträglich musste Miranda noch 200 Euro für einen Foto-

automaten bezahlen, den sie für ihren Jahrgang zusätzlich bestellt hatte. Als die Rechnung im August kam, waren zunächst keine Mitschüler mehr greifbar. Miranda hätte sich gewünscht, dass die Agentur ihr beim Fotoautomaten entgegenkommt: „Zumal Abitraum richtig gut an uns verdient hat.“ Der Vertrag lief über eine Mindestgästepersonen von 350 Personen. Tatsächlich verkaufte der Jahrgang 91

Karten mehr. „Wir kalkulieren die Gästeanzahl sehr vorsichtig“, sagt Maximilian Göllner, Geschäftsführer von Abitraum. „Für den Unterzeichner des Vertrags gibt es schließlich ein gewisses Risiko.“ Der Abiball ist – anders als die feierliche Zeugnisübergabe – keine Schulveranstaltung. Zuständig sind ausschließlich die Schüler – sie tragen auch das finanzielle Risiko, falls nicht genügend Karten verkauft werden.

da. „Sobald das Abi vorbei ist, gibt es keine Solidarität mehr“, so sein Eindruck. „Die Schüler verschwinden in alle Richtungen und dem Vertragspartner bleiben die Schulden.“

Verträge juristisch geprüft

Doch lassen sich derart pompöse Abiturveranstaltungen mit weniger Risiken für die Organisatoren durchführen? Um dieser Frage nachzugehen, haben wir uns Abiballverträge genauer angesehen. Außerdem haben wir einen Leitfaden erarbeitet, der zeigt, worauf

ein Abiballkomitee beim Vertragsabschluss mit einer Agentur achten sollte.

Insgesamt fanden wir drei Arten von Verträgen, die sich in Bezug auf Haftung und Leistungsumfang erheblich unterscheiden: **Veranstaltungsvertrag.** Er ist am riskantesten. Hier beauftragt das Komitee die Agentur, den gesamten Ball durchzuführen. Die Person, die unterzeichnet, haftet für die gesamte Vertragssumme. Meistens ist sie auch Veranstalter des Balls. Positiv: Bei Verträgen des Berliner Marktführers Abiplaner und der

Agentur Abitraum waren die Getränke im Eintrittspreis zwischen 60 und 70 Euro inbegriffen. Bei Abiplaner gab es eine Frist, um die Teilnehmerzahl zu reduzieren. Dadurch sanken nur variable Kosten wie die fürs Büffet, nicht aber die fixen Kosten für Saalmiete oder DJ. Eine kostenlose Vertragsstornierung gab es weder bei Abitraum noch bei Abiplaner. **Mietvertrag mit Zusatzleistungen.** Er wird oft von Hotels oder Veranstaltungshallen angeboten. Das Komitee schließt hier einen Mietvertrag für den Saal ab und bucht beim



Nach dem Abiball gehen alle in verschiedene Richtungen. Sollte es noch offene Rechnungen geben, zahlt oft die Person, die den Vertrag unterschrieben hat.

Vermieter Zusatzleistungen, etwa für Buffet, Personal, Musik und Fotograf. Die Getränke müssen die Gäste während der Feier extra bezahlen. Die Vertragssumme ist dadurch etwas geringer, weil der Vermieter über den Getränkeverkauf weitere Erlöse erzielt. Ansonsten geht das Komitee die gleichen Risiken ein wie beim Veranstaltungsvertrag.

Kooperationsvertrag. Die Agentur Abidreams, nach eigenen Angaben Marktführer für den süddeutschen Raum, verkauft ein risikoärmeres Konzept. Das Komitee schließt hier einen Kooperationsvertrag mit der Agentur ab. Abidreams verkauft anschließend die Tickets für den Ball über einen Online-Ticketshop. Dabei fällt für jedes Ticket eine Bearbeitungsgebühr von 1,29 Euro an.

Der Abiball findet nur statt, wenn durch den Ticketverkauf bis zu einem vereinbarten Termin eine Mindestsumme eingenommen wurde. Falls dies nicht klappt, gibt es mehrere Optionen, eine davon ist die kostenlose Stornierung. Einzig die Bearbeitungsgebühr von 1,29 Euro pro Karte wird dann nicht erstattet.

Eines sollte das Komitee noch wissen: Die Karten sind mit Preisen zwischen 50 und 60 Euro eher teuer. Denn die Getränke sind nicht im Preis enthalten.

Unabhängig von der Vertragsart fanden wir in den Verträgen aller geprüften Anbieter vollständige Leistungsbeschreibungen und

einige unzulässige Klauseln, die aber nicht so gravierend sind, dass wir grundsätzlich vom Vertragsabschluss abraten würden.

Unsere Kurzanalyse hat gezeigt, dass es möglich ist, pompöse Abibälle mit weniger Risiken zu organisieren. Die Kehrseite ist aber: Weniger Risiko bedeutet höhere Kosten für jeden einzelnen.

Sophies Schule feierte doch

Sophie Weiss und ihr Abijahrgang haben sich nicht unterkriegen lassen und trotzdem gefeiert. Die hohen Stornokosten von 8375 Euro haben sie mithilfe der 157 bereits bezahlten Karten finanziert. Übrig geblieben ist noch ein Plus von mehr als 2000 Euro. Mit diesem Geld, der Hilfe von Sponsoren und den Elternvertretern schafften sie es schließlich, innerhalb von drei Tagen eine wunderbare Ersatzfeier in ihrer Schulmensa zu organisieren.

Heute ist es Sophie wichtig, andere zu warnen: „Das Ganze war für mich eine absolut extreme Erfahrung. Keiner aus dem Komitee sollte unbedacht einen solchen Vertrag unterschreiben und dann alleine für eine so hohe Summe haften müssen.“

Was beim Vertragsabschluss wichtig ist, steht in unserem ausführlichen Leitfaden online (test.de/abiball-leitfaden).

Vier häufige Fallen vermeiden

Viele Abibälle gehen problemlos über die Bühne – unabhängig davon, ob der Vertrag mit der Eventagentur Haken hat. Sollte es aber zu Konflikten kommen, sind eindeutige Regelungen wichtig. Auf diese vier Fallen sollte das Abiballkomitee achten:

1. Hoher Zeitdruck. Das Komitee sollte sich nicht unter Zeitdruck setzen lassen und keine Verträge unmittelbar nach dem ersten Kontakt in den Räumen der Agentur unterschreiben.

Lösung: Alle Unterlagen mit nach Hause nehmen, in Ruhe lesen, am besten mehrere Angebote einholen, Preise vergleichen. Verträge Lehrern oder Eltern zum Lesen geben.

2. Falsche Gästezahl. Die Gästezahl nach Vertragsabschluss zu reduzieren, ist oft mit Kosten verbunden. Sie um 10 bis 20 Prozent zu erhöhen, kostet dagegen meist nichts.

Lösung: Vor Vertragsabschluss für eine verbindliche Kartenbestellung sorgen, zum Beispiel mithilfe eines Bestellbogens zum Ankreuzen und mit Unterschrift. Den Vertrag nur über die ermittelte Gästezahl abschließen.

3. Unklare Leistungen. Alle Leistungen sollten im Vertrag genau beschrieben sein: Welche Speisen umfasst das Büffet? Wie lange gilt die Getränkeflatrate und für welche Getränke? Falls es keine Flatrate gibt, wie hoch sind die Getränkepreise? Wann endet die Feier?

Lösung: Genau hinschauen, vor allem bei Einschränkungen wie „solange der Vorrat reicht“. In diesem Fall sollte die ausgegebene Menge an Getränken oder Eis zusätzlich schriftlich vereinbart werden. Bei Extras wie T-Shirts müssen Menge und Lieferzeitraum im Vertrag genannt werden.

4. Haftung unklar. Im Vertrag sollte klar stehen, wer für die Vertragssumme haftet und wer Veranstalter ist.

Lösung: Veranstalterhaftpflichtversicherung im Detail erklären lassen oder selbst Abschluss überlegen. Früh Geld einnehmen, um Haftungssumme zu verringern, etwa durch Kuchenverkäufe.