

Musikforum - Musikerinnen und Musiker - wir müssen reden! SCHLAG 4

Protokoll

Montag, 13. September 2021

(Aufzeichnung nach bestem Wissen und Gewissen! – Textgrundlage sind v.a. Aufzeichnungen der Vortragenden)

11:00 - Beginn, Vorstellung aller Beteiligten

Katharina Uppenbrink (Initiative Urheberrecht / Gesprächsleitung)

Antje Krutz (Tyfoo Musikverlag / Protokoll)

mit:

Axel Müller (Musiker, Pro Musik), Christopher Blenkinsop (Musiker), Diane Weigmann (Musikerin, Verso, stellvertretende GEMA Aufsichtsrätin), Flo Blokesch (Medienunternehmer), Friederike Hohnholz (Juristin DOV), Matthias Röder (Musiker, Karajan Music Tech), Micki Meuser (Musiker, GEMA Aufsichtsrat), Pat Appleton (Musikerin), Reinher Karl (Justiziar VUT), Ryan Rauscher (Streaming Experte), Sabine Worthmann (Musikerin), Silke „Frau Schmidt“ Meyer (Musikerin), Sören Birke (Musiker, Vorsitzender des Aufsichtsrats BMC, Kesselhaus), Stefan Wille (Programmierer), Tilo Gerlach (DOV), Ulrike Haage (Musikerin), Wolf Simon (Musiker, Pro Musik)

11:30 - Impulsvorträge

Spotify & Co, eine Einführung (Micki Meuser)

Ein Abo bei Spotify kostet	9,99€	im Monat.
Abzug Kosten		
- Steuern	1,67 €	
- Spotify	2,08 €	
= Ausschüttungssumme	6,24 €	das bedeutet: Künstler:innen zahlen die Steuern für alle!
Ausschüttung		
- Anteil Urheber	1,00 €	über CMOs (Collective Management of Copyright) = GEMA, SACEM, etc.
- Anteil Label	5,24 €	hier entscheiden individuelle Verträge wieviel ein Künstler:in tatsächlich ausgezahlt bekommt.
Auszahlung an Künstler	0,68 €	Schnitt der Zahlungen durch Label

Ergänzung aus dem Plenum:

Wobei zu bemerken ist, dass Künstler:innen, die nicht bei Major-Labels sind, oft nur zwischen 0,0025 und 0,0042 € pro Stream ausgezahlt werden.

These: Wird Musik bei Spotify verramscht?

Frage: Würde eine Preiserhöhung (und keine werbefinanzierten Abonnements) mehr Geld für Musiker:innen bringen?

Problem: Auszahlung durch Spotify erfolgen nach Steuerabzug! Label, Künstler:innen und Urheber:innen zahlen die Steuern für Streamingplattformen!!!

Forderung: Aufteilung der Steuerzahlung zwischen Streamingplattformen, Labels und Musikschaffenden.

Problem: Die Aufteilung zwischen Urhebern und Leistungsschutzinhabern begünstigt aktuell Leistungsschutzinhaber.

Forderung: Neuauflage (z.B. Verdoppelung des Autorenanteils)

Problem: Kaum oder minimale Auszahlung an CMOs, Urheber:innen und ausübende Künstler:innen. Ein Großteil geht an Labels, diese zahlen - u.a. durch veraltete Verträge, in denen Verpackung,

Transport, etc. auch bei Streaming abgerechnet werden - wiederum nur einen Bruchteil an Künstler:innen aus.

Forderung: Transparente Abrechnung, Anpassung der Verträge (Im Notfall per Gesetz)

Die Realität der Playlisten (Flo Blokesch)

Es gibt 3 Arten von Playlisten-Erstellern:

1) Spotify-Inhouse (durch Editoren erstellte Playlisten)

- Mood-Playlisten. (Summer vibe, Aufräumen, Herzschmerz, etc.)
- Genre-Playlisten (NMF, POPbrandneu, Popland, Reggae, etc.)

Bekanntes Problem:

Redakteure sind kaum zu erreichen:

- sowohl für Artists features
- für Playlisten Pitching (gar nicht mehr)

Als Konsequenz müssen Künstler:innen / Label ihre Songs selbst pitchen

2) Externe Anbieter (u.a. Plattenfirmen, zum Teil sehr große Playlisten), die noch mal unterteilt werden:

- Privatpersonen
- Agenturen

3) Algorithmisch erstellte Playlisten

Das Prinzip: Wenn auf dem Track etwas passiert, wird der Titel immer weiter gereicht im internen Spotify Eco-System. D.h. ein Track wird mehr Usern angezeigt und in mehr offizielle Playlisten eingebunden, etc.

Dazu gehören:

- Discover Weekly - wöchentliche Playlist aufgrund von Interessen ("Musik, die du nicht kennst, aber gut finden wirst")
- Release Radar - Übersicht zu Neuerscheinungen der Woche
- Your daily mix - Titel anderen Künstlern aus demselben Genre werden angezeigt
- Playlists, die auf Alben, **Playlists** oder **Songs** von Radio-Künstler*innen basieren.
- Your top songs 2021 (zusammengestellt aus dem Katalog der Hörer:innen)

Einige Gedanken zur Lösung

A - Transparenz

Transparenzpflicht für Kuratoren

- Offizielle Anbieter müssen sichtbar erkennbar sein.
- Playlisten dürfen nur Namen verwenden, wenn sie auch dahinterstehen: Best of Bravo, ADE -Amsterdam Dance Event, Best of Kino Soundtrack, etc.
- Kuratoren müssen sich halbjährlich - rückwirkend - rechtfertigen, welche Titel sie warum genommen haben.

Auskunftspflicht - Welche Metadaten wurden beim DSP hinterlegt? (ISRCs, EAN/UPC, Tracklänge, Beteiligte) - Kann vom Rechteinhaber jederzeit herausgefunden werden (Digitales Wasserzeichen)

B - Gleiche Regeln für alle

Digitaler HAP - DSPs lizenzieren in Streaming-Bundle Paketen Content von Vertrieben.

Virtueller Barcode - Zur Nachverfolgung des gestreamten Tracks Plattformübergreifend etablieren

C - Kulturelle Verpflichtung

Einführung eines Sendekoeffizienten für Legacy Content

Beispiel: Wertschätzungsfaktor für Klassik (1/3 = Klassik gegenüber Popmusik = 2/3)

Für jedes Territorium

- 4 % soziale und kulturelle Zwecke
- 6 % für Altersvorsorge

Eine Spotify-Abrechnung als Fallbeispiel (Christopher Annen)

„Mein Einkommen ist immer sehr stark vom jeweiligen Jahr abhängig.

Wenn wir ein Jahr voller Tour waren, waren die Einnahmen aus Live ca. 40-50% meines Einkommens, wenn wir an einem Album gearbeitet haben und weniger auf Tour waren, war das dann auch entsprechend weniger.

Wir nehmen seit einigen Jahren mehr über Streaming als über physische Plattenverkäufe ein. Das Verhältnis schwankt so grob zwischen 60/40% bis 85/15%. Kurz nach einem Release ist eine CD oder eine Platte natürlich wichtiger. Dementsprechend schwankt da der Anteil immer sehr stark.

Bei Streaming ist Spotify bei uns der mit Abstand größte Streaminganbieter. Bei den UGC-Plattformen ist YouTube der mit Abstand größte Dienst.“

User Centric statt pro Rata (Axel Müller)

Spotify & Co rechnen zurzeit pro Rata ab: Plays ab 30 Sekunden Mindestdauer werden gezählt und anteilig - bezogen auf alle Plays - prozentual vergütet.

Das bedeutet u.a.: kurze Stücke werden bevorzugt und das individuelle Nutzungsverhalten der User wird nicht berücksichtigt.

Frage: wäre eine nutzerzentrierte Abrechnung (user centric = die Gebühr der Hörer:innen geht - nach Abzug einer Fee für die Plattform - an den gehörten Künstler:innen) tatsächlich fairer?

Erste Berechnungen deuten an, dass sie die Ausschüttungen eher horizontal verschieben würden.

Möglicherweise würden Rap Acts (mit traditionell eher kurzen Titeln) weniger bekommen, Pop Acts und Künstler:innen, die schon lange auf dem Markt sind, mehr. Leider würde diese Abrechnungsweise neuen und „kleineren“ eher wenig Mehreinnahmen bringen. Vor allem Künstler:innen, die nicht bei einem Majorlabel unter Vertrag sind, dürften eher wenig profitieren. Aber, auf welchen Daten beruhen diese Erhebungen? Sind diese wirklich aussagekräftig?

Deezer hat zwar angekündigt, das User-Centric Abrechnungsmodell anwenden zu wollen, hat dies aber bislang nicht umgesetzt. Spotify, Apple & Amazon haben ebenfalls Bereitschaft signalisiert, ihr System umzustellen, wenn denn Künstler:innen und Labels damit einverstanden wären. Es braucht also einen Dialog zwischen allen Akteuren - dafür bräuchte man allerdings aussagekräftige Zahlen/Ergebnisse.

Zur Erinnerung: die Majorlabels sind Miteigentümer von Spotify.

Zahlungsmodelle im Streaming (Ryan Rauscher)

Es gibt aktuell zu wenig aussagekräftige Forschung zu den Auswirkungen verschiedener Zahlungsmodelle im Musikstreaming.

Daraus ergibt sich eine Patt-Situation, die wichtige Veränderungen blockiert: Die Digital Streaming Plattformen (DSPs) wollen und können das aktuelle Zahlungsmodell nur ändern, wenn sich Künstler:innen und Rechteinhaber auf eine neue Regelung einigen.

Dieser Konsens ist jedoch nahezu unmöglich, solange fundierte Erkenntnisse als Entscheidungsgrundlage nicht zur Verfügung stehen.

Beispiel: es ist nicht ganz klar, ob eine Umstellung von pro Rata (dem derzeitigen Modell) auf User Centric - wie von einigen Künstler:innen-Initiativen gefordert - den gewünschten Effekt einer "faireren" Verteilung der Ausschüttungen von DSPs bewirken würde. Die zwei meistzitierten Studien dazu - aus Finnland und Frankreich - liefern uneindeutige bzw. teils irreführende Ergebnisse. Dass sich durch User Centric wenig ändern würde, ist nämlich möglicherweise nur dann der Fall, wenn man eine Umverteilung von oben (den meist-gestreamten Künstler:innen) nach unten (weniger gestreamte Künstler:innen) erwartet und analysiert. Diese Art der Umverteilung kann User Centric jedoch schon rein mathematisch nicht leisten. Die wahren Veränderungen durch User Centric sind erst aus einem anderen Blickwinkel auf die Zahlen ersichtlich.

Zudem sind aktuell kursierende Erkenntnisse - etwa eine Verschiebung von Rap zu Pop - womöglich zwar größtenteils richtig, gleichzeitig jedoch undifferenziert und nur kurz- bis mittelfristig zutreffend.

Es braucht deshalb weitere, neutrale und ganzheitliche Studienerkenntnisse - und zwar auch in der Breite, über User Centric hinaus.

So wurden bisher weitere interessante Ansätze bezüglich neuer Zahlungsmodelle noch gar nicht untersucht. Zu nennen sind hier beispielsweise die Berücksichtigung der tatsächlichen Hördauer, sowie eine unterschiedliche Gewichtung von passivem (Playlists, Audioinhalte für den Hintergrund) vs. aktivem Hörverhalten (bewusste Auswahl von Künstler und Musik).

Nochmal: die vorherrschende Interpretation - dass User Centric relativ wenig bewirken würde - ist in Frage zu stellen. Sowohl User Centric als auch weitere alternative Zahlungsmodelle würden durchaus signifikante finanzielle Auswirkungen für viele Künstler mit sich bringen.

Weitere zu klärenden Fragen zu dieser Thematik sind von immenser musikkultureller Tragweite:

- *Welche Verteilung der Abo-Einnahmen aus dem Musikstreaming führt zu einer "gesunden" Musikkultur und damit einem "wünschenswerten" kreativen Angebot?*
- *Was ist ein "wünschenswertes" Ergebnis, welches uns bei der Reform des Zahlungsmodells anleitet?*
- *Wie können bzw. sollten wir demnach künstlerischen Erfolg definieren und belohnen - über die bloße Anzahl an Streams hinaus.*

Die Beantwortung dieser Fragen wird die Rahmenbedingungen stellen für das Schaffen musikalischer Werke in der Zukunft. Ein vernünftiger und zielgerichteter Diskurs ist jedoch erst möglich, wenn belastbare Fakten und Erkenntnisse verfügbar sind.

Die drei größten Streamingdienste haben unisono öffentlich Bereitschaft signalisiert, an weiterer Forschung zum Thema Zahlungsmodelle mitzuwirken. Es wäre nun an den Vertretern der Urheber:innen und Interpret:innen, dies auch einzufordern.

Ist Streaming Radio? (Tilo Gerlach)

Zunächst wäre zu klären, was der Unterschied ist, wenn Streaming Sendung ist. Für die Komponist:innen ist das egal, weil beide Rechte von der GEMA wahrgenommen werden. Für die Musiker:innen ist es entscheidend, weil die Senderechte an Tracks von der GVL wahrgenommen werden mit einer Aufteilung der Erlöse von 50:50 zwischen Künstler:innen und den Label. Daher kann es charmant sein, Streaming rechtlich als Sendung anzusehen. Der Unterschied ist, ob die Nutzung linear ist, also der Stream nicht durch den individuellen Abruf durch den Nutzer startet, dann keine Sendung, sondern Recht der Zugänglichmachung/Making available right. Schaltet sich der Nutzer in den laufenden Stream, ist es Sendung. Daher ist z.B. Livestreaming eine Sendung, Streaming on demand leider nicht. Gute Gründe für die Annahme einer Sendung gibt es für Playlists/curated radio der Streaming-Anbieter. Denn dort werden die abgespielten Titel nicht vom Hörer:innen gewählt, sondern automatisch abgespielt. Allerdings ist die Annahme eines Senderechts kein Selbstläufer. Denn jedes Streaming setzt eine Speicherung voraus. Und diese greift in das Vervielfältigungsrecht ein, das die Labels lizenzieren. Ohne dieses Recht kann praktisch kein Streaming on demand stattfinden. Und dieses Recht haben die Labels der GVL bisher nicht zur Wahrnehmung übertragen. Auch wenn curated Radio/Playlists also rechtlich als Sendung angesehen werden können, wird die Nutzung weiter von den Labels kontrolliert - und die Beteiligung der Künstler:innen richtet sich nach dem Lizenzvertrag.

Und was machen unsere europäischen Nachbarn? (Tilo Gerlach)

Ein kleiner Anriss, wie weit in einigen Ländern die Umsetzung der Direktvergütungsansprüche umgesetzt wurden.

USA - (statutory licenses) digital umgesetzt: siehe <https://www.copyright.gov/licensing/>

UK - gewerkschaftliche Kollektivregelung ist umgesetzt

Frankreich - Direktvergütung ist zum Teil umgesetzt

Die USA und UK haben starke Vertretungen der Musiker:innen Binnenregelungen mit ersten DSPs getroffen, die vielen Forderungen der Musiker:innen entgegenkommen. Diese Organisationen fehlen in Deutschland völlig.

Spanien - Direktvergütung ist im Gesetz verankert, die Durchführung „klemmt“
Italien - nur Film wird direktverrechnet
Polen - Audiovisuell wird direktverrechnet

Hinweis: die bestehenden Regelungen betreffen oft anders als in Deutschland nicht nur Userupload-Plattformen wie YouTube, sondern auch kommerzielle Plattformen wie Spotify oder Netflix.

13:20 - Pause und Mittagessen

14:00 - Zwei Arbeitsgruppen

Arbeitsgruppe 1 – Daten

Arbeitsgruppe 2 – Politik

(Die Ergebnisse beider Arbeitsgruppen ergänzen sich. Deshalb wird das Ergebnis hier zusammengefasst.)

Das bisherige Abrechnungssystem benachteiligt Urheber:innen, ausübende Künstler:innen und Rechteinhaber.

- von **Labelseite** (mangelnde Transparenz, Steuern werden von Künstler:innen bezahlt, Verträge der analogen Welt werden nicht angepasst und enthalten nicht anwendbare Abzüge) und
- von **Spotify & Co** (mangelnde Transparenz und Abgrenzung zu Labels, Steuern werden auch hier von Künstler:innen bezahlt, mangelnder Zugriff auf Daten, willkürlicher Abrechnungsmodus)

Jeder Lösungsansatz muss auf internationaler, mindestens auf europäischer Ebene erfolgen und muss Künstler:innen, Labels und DSPs einbinden. Spotify & Co haben generell Gesprächsbereitschaft signalisiert.

Aus der DSM Richtlinie ergibt sich, dass

- ausübende Künstler:innen und Urheber:innen ein Recht auf Transparenz (Pflicht zur Auskunft) haben.
- daraus könnte man ableiten, dass alle Daten den Künstler:innen und Urheber:innen gehören

Zwei Lösungswege zeichnen sich zum jetzigen Zeitpunkt für die Anwesenden ab:

1) Verbesserung der Datenlage /

In Zusammenarbeit mit DSPs (die sich in England für mehr Zusammenarbeit ausgesprochen haben (Amazon, Spotify, Apple) sollte ein europäischer „Ansprechpartner für Forschung“ gefunden werden.

Dazu sollte ein - zunächst nicht öffentlicher - Brief an diese Streamingdienste versandt werden, in dem ein(e) feste/r Ansprechpartner:in für weitere Forschung gefordert wird sowie der zeitnahe Eintritt in konkrete Gespräche und die Bereitstellung der nötigen Daten.

Dieser Brief soll von möglichst vielen Verbänden und Institutionen unterzeichnet werden, die sich der kulturellen und wirtschaftlichen Relevanz dieses Themas bewusst sind und die Forderung nach einem zielgerichteten Diskurs unterstützen.

Um dies zu unterstützen:

- wäre es möglich die „Initiative Urheberrecht“ als Bindeglied (zu anderen deutschen und europäischen Verbänden und politischen Dachverbänden etc.) zu gewinnen?
- auch im Musikbusiness (Labels und Verlage) müssen relevante Unterstützer gefunden werden

2) Forderungen für Massnahmen auf gesetzlicher Ebene

Labels gehen jetzt schon gegen die DSM Richtlinie vor und die Frage ergibt sich, wie die neuen rechtlichen Möglichkeiten in die Praxis umgesetzt und verteidigt werden können.

In Bezug auf die politische Kommunikation mit dem Gesetzgeber / anderen politischen Gremien und Organisationen muss darauf hingewirkt werden, dass

- die Daten der DSPs tatsächlich zugänglich gemacht werden*
- Labelverträge transparent und zeitgemäß gestaltet werden müssen (u.a. Use it or Loose it (Rechterückgabe, wenn keine Auswertung stattfindet), keine absurden analogen Abzüge, etc.)*
- Steuern dort bezahlt werden, wo der Gewinn entsteht und Künstler:innen (wie auch Urheber:innen) nicht doppelt oder dreifach besteuert werden)*

Sonstige Maßnahmen (auch ggf. auf politischer Ebene, d.h. durch Richtlinien, Verordnungen und Gesetze):

- Schaffung eines Rechts auf korrekte Metadaten und die Verauskunftung der gespeicherten Metadaten*
- Erschaffung eines virtuellen Barcodes für Produkte*
- Anlegen von Wasserzeichen (beim Upload von Produkten)*
- Schaffung einer neutralen Lizenzabrechnungssoftware*
- es muss auch weiter überlegt werden, wie die Einnahmen durch Streaming erhöht und „gerechter“ verteilt werden*