

also bei den Grössten. Es sind etwa 15. Aber Mint will in anderen Territorien ausbauen. In Indien beispielsweise sind die beiden grossen Telekomfirmen auch wichtige Musikprovider, das ergibt andere Konstellationen.

Ich bin Genossenschafter der SUISA, darf ich diese Verträge sehen?

Nein. Ein Provider will verhindern, dass ein Konkurrent den Vertrag sehen kann. Deshalb gibt es immer eine Geheimhaltungsklausel. Ein Genossenschafter der SUISA sieht jedoch am Ende, was er erhält. Wenn ihm das nicht passt, kann er die Rechte jederzeit jemand anderem übertragen. Ich bezweifle aber, dass er dort Einsicht in die Verträge erhält. Das ist eine Folge des Konkurrenzmarktes.

Im Dezember 2019 wurde bekannt, dass die Gema die Mehrheitsbeteiligung an der Zebration GmbH, einem Digitalvertrieb, erworben hat. Was bedeutet diese Entwicklung für die SUISA?

Die Gema versucht auf diese Weise, verstärkt im Geschäft mit Daten für die Werke ihrer Mitglieder aktiv zu sein. Durch die Zusammenarbeit mit einem Digitalvertrieb kann es der Gema gelingen, ihren Mitgliedern einen Rundum-Service anzubieten, also nicht nur die Wahrnehmung der Urheberrechte, sondern auch von verwandten Schutzrechten. Auch die SUISA wird sich überlegen, was für Schritte sinnvoll sind für einen möglichst umfassenden Service für die Mitglieder im Bereich der digitalen Verbreitung von Musik.

Züri West hat mit «I schänke dir mis Härz» Geld verdient, «079» von Lo & Leduc ist mindestens so erfolgreich, aber weit weniger ertragreich.

Wahrscheinlich ist das so. Diesen Unterschied macht es aber nicht nur für Lo & Leduc, sondern für alle weltweit, weil eben der Musikkonsum anders läuft als vor 15 Jahren. Deshalb sind Konzerte wichtiger geworden und deshalb ist der ganze Sendebereich so wichtig, weil wir dort noch einigermaßen stabile Verhältnisse haben...

Aber?

Das Problem ist, dass immer mehr Werbung ins Netz wandert. Die Lizenzgebühr für Senderechte ist abhängig vom Umsatz des Senders, dieser entspringt zu einem grossen Teil der Werbung. Die Einnahmen sinken markant, weil sich die Werbung immer mehr ins Internet verlagert.

Ein ähnliches Szenario wie bei den Zeitungen.

Genau. Das ist schwer in den Griff zu bekommen. Die nächsten Online-Verträge werden mehr Gewicht darauf legen müssen. Das ist hochspannend, eigentlich. Und natürlich gelingt es nicht immer auf Anhieb, sondern es braucht harte Verhandlungen und wenn nötig sogar Gerichtsverfahren. Das hatte man in den 70ern und 80ern ebenfalls, als es darum ging, Vergütungen für die Kabelweiterleitung zu erhalten. Es gibt also immer neue Entwicklungen und Angebotsformen für Musik. Diese müssen wir im Auge behalten und es ist unsere spannende und dankbare Aufgabe, zugunsten unserer Mitglieder eine Vergütung auszuhandeln.

AUS DER RUBRIK suisablog.ch/de/spotlight

Der Künstlervertrag im Vergleich zum Verlagsvertrag

Der wirtschaftliche Produzent (zum Beispiel ein Label) finanziert die Herstellung von Tonaufnahmen, auf denen die Darbietungen von ausübenden Künstlern enthalten sind, um diese Tonaufnahme anschliessend zu verwerten und zu vermarkten. Die hierbei entstehenden Rechte werden zwischen den ausübenden Künstlerinnen und Künstlern und dem Produzenten in einem Künstlervertrag geregelt. Der Künstlervertrag wird oft mit dem Verlagsvertrag verwechselt: Ein Blick auf die Unterschiede zwischen diesen beiden Verträgen.

TEXT Céline Troillet

Der Künstlervertrag zwischen einem (ausübenden) Künstler und einem wirtschaftlichen Produzenten, wie zum Beispiel einem Label, wird definiert als die Abtretung der Interpretenrechte des ausübenden Künstlers an seiner Darbietung an den Produzenten im Hinblick auf die Herstellung einer Tonaufnahme und deren Vermarktung.

Rechtsabtretung durch den Künstler

Bei den vom Künstler an den Produzenten abgetretenen verwandten Schutzrechten (Interpretenrechte) handelt es sich um die Ausschliesslichkeitsrechte an seiner Darbietung. Zu diesen Rechten gehören:

- das Recht, seine Darbietung oder deren Festlegung auf Ton-, Tonbild- oder Datenträger aufzunehmen und solche Aufnahmen zu vervielfältigen (Vervielfältigungsrecht);
- das Recht, die Aufnahmen anzubieten, sie zu veräussern oder auf irgendeine andere Weise zu verbreiten (Recht des Inverkehrbringens oder Verbreitungsrecht);
- das Recht, seine Darbietung oder deren Festlegung direkt oder mit irgendwelchen Mitteln anderswo wahrnehmbar oder so zugänglich zu machen, dass Personen von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl dazu Zugang haben (Wahrnehmbarmachungsrecht sowie das Recht des Zugänglichmachens);
- durch Radio, Fernsehen oder ähnliche Verfahren, auch über Leitungen, zu senden, sowie die gesendete Darbietung mit Hilfe von technischen Einrichtungen, deren Träger nicht das ursprüngliche Sendunternehmen ist, weiterzusenden (Senderecht).

Pflichten des Produzenten

Der Produzent hat die Aufgabe, auf seine Kosten eine Tonaufnahme mit der Darbietung

des Künstlers herzustellen, diese Tonaufnahme zu verwerten und sie zu bewerben. Der Produzent gewährleistet die Promotion der Tonaufnahme im Einklang mit den branchenüblichen Gepflogenheiten.

Vergütung

Als Gegenleistung für die Rechtsabtretung durch den Künstler bezahlt ihm der Produzent für jeden verkauften Tonträger eine Vergütung. Diese berechnet sich aufgrund des Grosshandelspreises jedes Tonträgers, der je nach Art des Verkaufs zu einem unterschiedlichen Preis veräussert wurde. Für Verkäufe von Tonträgern in Geschäften (physischer Verkauf) beläuft sich die Beteiligung meist auf 8 % bis 12 %. Für Online-Verkäufe (Internet und andere) gilt in der Regel ein Satz zwischen 15 % und 30 %. Bei anderen Nutzungen (zum Beispiel für Werbung, Nutzung in einem Film) beträgt die Vergütung, die dem Künstler geschuldet ist, gewöhnlich 50 % der Einnahmen des Produzenten des Tonträgers.

Der Verlagsvertrag im Vergleich

Der Verlagsvertrag zwischen einem Urheber und einem Musikverleger wird definiert als die Abtretung der Rechte des Urhebers (Komponist, Textautor, Bearbeiter) an seinem Werk an den Verleger im Hinblick auf die Herausgabe dieses Werks.

Rechtsabtretung durch den Urheber

Bei den vom Urheber an den Verleger abgetretenen Urheberrechten handelt es sich um die Ausschliesslichkeitsrechte an seinem Werk (also an der Komposition bzw. am Text). Zu diesen Rechten gehören:

- das Recht, Werkexemplare herzustellen, insbesondere als Druckerzeugnisse, Tonträger, Tonbildträger und andere Datenträger (Vervielfältigungsrecht);
- das Recht, Werkexemplare dem Publikum anzubieten, zu veräussern oder auf irgendeine andere Weise in Verkehr zu bringen (Recht des Inverkehrbringens oder Verbreitungsrecht);
- das Recht, das Werk vorzutragen, aufzuführen, vorzuführen und es an einem anderen Ort als dort, wo es präsentiert wird, hörbar, sichtbar und zugänglich zu machen (Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht sowie das Recht des Zugänglichmachens);
- das Recht, das Werk durch Radio oder Fernsehen zu senden (Senderecht).

Der Urheber kann auch weitere Rechte abtreten wie die von den Verwertungsgesellschaften wahrgenommenen Vergütungsrechte (z. B. Verwendung zu schulischen Zwecken), das grafische Recht (das Recht, Partituren und/oder Texte herauszugeben und solche Werkexemplare zu verbreiten), das Bearbeitungsrecht (Remixes, Werkänderungen), das Synchronisationsrecht (Verbindung seines

Werks mit einem anderen Werk, insbesondere einem Film oder einem Videogame) wie auch das Recht der Werbenutzung (Nutzung seines Werks zu Werbezwecken).

Pflichten des Verlegers

Der Verleger hat die Aufgabe, das Werk des Urhebers herauszugeben, es zu vervielfältigen, zu verbreiten, in die Medien zu tragen, es mit anderen Werken zu verbinden (in einer Bearbeitung, einem Film oder einem Werbespot), es dem Publikum zu präsentieren (Interviews, Galas, Showcases) und mit Subverlegern Verträge abzuschliessen im Hinblick auf das Zugänglichmachen des Werks im Ausland.

Vergütung

Haben die Vertragsparteien keine diesbezügliche Vereinbarung getroffen, werden die Vergütungen aus den Exklusivrechten und den von den Verwertungsgesellschaften wahrgenommenen Vergütungsrechten gemäss dem Verteilungsschlüssel der zuständigen Verwertungsgesellschaft verteilt. Nach dem Verteilungsreglement der SUISA erhält der Verleger höchstens 33,33 % der Vergütung aus den Aufführungs- und Senderechten. Hingegen gilt für das Vervielfältigungsrecht kein Maximum. Die Vergütungen aus der Wahrnehmung der anderen Rechte werden in Übereinstimmung mit den von den Parteien im Verlagsvertrag vorgesehenen Bestimmungen aufgeteilt. In der Regel wird die Vergütung hälftig aufgeteilt. Für Notenausgaben erhält der Urheber 10 bis 15 % des Detailverkaufspreises.

Zusammenfassung

Der Künstlervertrag unterscheidet sich vom Verlagsvertrag. Der erste bezieht sich auf einen (ausübenden) Künstler, der zweite auf einen Urheber (Komponisten, Textautor, Bearbeiter). Im Künstlervertrag tritt der Künstler die verwandten Schutzrechte (Interpretenrechte) an seiner Darbietung ab, während im Verlagsvertrag der Urheber die Urheberrechte an seinem Werk an den Verleger abtritt. Schliesslich haben der Produzent und der Verleger nicht dieselben Aufgaben gegenüber ihren jeweiligen Vertragspartnern, und die Einnahmen aus dem Künstlervertrag und aus dem Verlagsvertrag stehen jeweils dem betreffenden Vertragspartner zu. Möchte nun beispielsweise ein Filmproduzent für seinen neuen Film ein Musikstück als Titelsong nutzen, so muss er die Rechte an der Aufnahme beim Label einholen (welches die Rechte von den Interpreten mittels Künstlervertrag erworben hat), und die Urheberrechte am Werk (Komposition und Text) sind beim Verleger einzuholen (dem diese Rechte vom Urheber durch den Verlagsvertrag eingeräumt wurden).

AUS DER RUBRIK suisablog.ch/de/gut-zu-wissen

Zur Information

Die SUISA stellt auf ihrer Website einen Musterverlagsvertrag kostenlos zur Verfügung. In einer kommentierten Version werden die wesentlichen Vertragspunkte des Verlagsvertrages erklärt.

www.suisa.ch/de/mitglieder/verleger/verlagsvertrag.html