



Sachstand

Auswirkungen von Musik-Streaming-Diensten auf das Musikgeschäft

Auswirkungen von Musik-Streaming-Diensten auf das Musikgeschäft

Aktenzeichen: WD 10 - 3000 - 037/21
Abschluss der Arbeit: 31. August 2021
Fachbereich: WD 10: Kultur, Medien und Sport

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	4
2.	Relevante Streaming-Dienste auf dem Weltmarkt und ihre Eignerstruktur	4
2.1.	Spotify	5
2.2.	Apple Music	5
2.3.	Amazon Music	5
2.4.	Tencent	6
2.5.	Deezer	6
2.6.	YouTube Music	6
2.7.	Sonstige	7
3.	Vergütungssystem der Streaming-Dienste	7
3.1.	Einnahmeverteilungsketten beim Musik-Streaming	7
3.2.	Vergütungsmodelle	8
3.2.1.	„Pro Rata“-Modell	8
3.2.2.	„User-Centric Payment System“ (UCPS)	9
3.2.3.	„User-Time-Centric-Payment“ (UTCP)	10
3.3.	Studien über Auswirkungen der Vergütungsmodelle auf Einkommen der Musiker	10
4.	Veränderung des Musikmarktes durch Streaming-Dienste	12
5.	Öffentliche Diskussion und Reformbemühungen	14
5.1.	Großbritannien	14
5.1.1.	Anhörung im DCMS am 19. Januar 2021	14
5.1.2.	Bericht des DCMS	15
5.1.3.	Reaktionen auf den Bericht	16
5.2.	Deutschland	17
5.3.	USA	17
5.4.	Reformbemühungen	18
5.5.	Alternative Streaming-Plattformen durch Blockchain-Technologie	19
6.	Aktuelle Studien	19
7.	Fazit	20

1. Einleitung

Der Sachstand gibt einen Überblick über die Auswirkungen von Musik-Streaming-Diensten auf das Musikgeschäft und insbesondere auf die Künstler und Songwriter. Zu den bekanntesten Streaming-Diensten zählen Spotify, Apple Music und Amazon Music. Diese Unternehmen konnten in der Vergangenheit einen starken Zuwachs an Nutzern verzeichnen. Besonders beliebt bei den Nutzern ist jeweils das kostenpflichtige Angebot, das es ihnen ermöglicht, die entsprechenden Inhalte werbefrei und offline zu hören.

Insbesondere die Vergütungssysteme der einzelnen Musik-Streaming-Dienste werden u.a. im Hinblick auf die Vergütungen der Künstler kontrovers diskutiert. Die Grundzüge der einzelnen Vergütungssysteme der Anbieter sowie alternative Vergütungsmethoden werden – auch im Hinblick auf die sozialen Auswirkungen auf die Kreativen – hier vorgestellt.

Zu der Frage, inwiefern sich neben Streaming-Diensten auch die Corona-Pandemie auf das Musikgeschäft ausgewirkt hat, wird auf die äußerst informative Untersuchung „Studie zum Musikleben vor und in der Corona-Zeit“¹ im Auftrag des Deutschen Musikrates verwiesen.

2. Relevante Streaming-Dienste auf dem Weltmarkt und ihre Eignerstruktur

Im Jahre 2020 wurden laut der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) 62,1 % des Gesamtumsatzes am weltweiten Musikmarkt durch die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten erwirtschaftet.² Zu den aktuell marktrelevanten Streaming-Diensten weltweit zählen folgende Unternehmen:³

- Spotify,
- Apple Music,
- Amazon Music,
- Tencent,
- Google Music (inklusive YouTube Music),
- Netease,
- Deezer,
- Yandex,
- Pandora.

1 Betzler, Diana/Haselbach, Dieter/Kobler-Ringler, Nadja: Eiszeit? - Studie zum Musikleben vor und in der Corona-Zeit. Berlin 2021. Abrufbar unter: https://www.musikrat.de/fileadmin/files/DMR_Musikpolitik/DMR_Corona/DMR_Eiszeit_Studie.pdf. Zuletzt abgerufen - wie alle URL in diesem Sachstand - am 11. August 2021.

2 IFPI: IFPI Global Music Report 2021, Seite 11. Abrufbar unter: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf.

3 Eine gelungene Veranschaulichung in grafischer Form zur Relevanz der jeweiligen Streaming-Dienste am Weltmarkt findet sich in dem Artikel von Mark Mulligan, dem Gründer von MIDiA Research. Abrufbar unter: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-music-subscriber-market-shares-q1-2021>.

2.1. Spotify

Marktführer der Streaming-Dienste mit einem Marktanteil von 32% ist Spotify.⁴ Der Umsatz des Unternehmens betrug 2020 7.880 Millionen Euro. Der Rohgewinn betrug nach eigenen Aussagen des Unternehmens 2.015 Millionen Euro.⁵

Der Streaming-Dienst Spotify ist im Jahr 2018 an die Börse gegangen.⁶ 36,88% seiner Aktien sind frei handelbar; 12,1% der Aktien hält der Mitbegründer Martin Lorentzon, 8,04% der Gründer Daniel Ek (Stand 11. August 2021).⁷ 8,72% der Aktien von Spotify hält die Muttergesellschaft des Streaming Dienstes Tencent Music, Tencent Holdings Limited (Stand 11. August 2021).⁸⁹

2.2. Apple Music

Apple Music ist ein Service des Unternehmens Apple. Inc.. Apple selbst veröffentlicht keine Zahlen zu dem Umsatz beziehungsweise Gewinn speziell von Apple Music. Apple ist bereits seit 1980 an der Börse notiert. 72,32% der Aktien von Apple sind frei handelbare Aktien, 7,00% der Aktien hält die Vermögensverwaltungsgesellschaft The Vanguard Group, 5,32% der Aktien hält das Unternehmen Berkshire Hathaway, Inc. (Stand 11. August 2021).¹⁴

2.3. Amazon Music

Amazon Music wird von Amazon betrieben. Zu dem Umsatz des Geschäftsbereiches Amazon Music sind ebenfalls keine Daten verfügbar. Es wird geschätzt, dass dieser – bei einem Marktanteil von 13% am Musikmarkt der Streaming-Dienste – vergleichbar mit dem von Apple Music sein dürfte. Amazon ist eine Aktiengesellschaft, die 65,95% der Aktien als frei handelbare Aktien

4 Midia: Global music subscriber market shares Q1 2021. Abrufbar unter: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-music-subscriber-market-shares-q1-2021>.

5 Spotify: Investors, ANNUAL REPORT PURSUANT TO SECTION 13 OR 15(d) OF THE SECURITIES EXCHANGE ACT OF 1934 - For the fiscal year ended December 31 2020, Seite 5. Abrufbar unter: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001639920/000163992021000006/ck0001639920-20201231.htm>.

6 Wadhawan, Julia: Spotify geht an die Börse – und die Wall Street blamiert sich. In: Spiegel Online, 4. April 2018. Abrufbar unter: <https://www.spiegel.de/panorama/spotify-wallstreet-begruessst-den-boersengang-mit-falscher-flagge-a-00000000-0003-0001-0000-000002242374>.

7 MarketScreener: SPOTIFY TECHNOLOGY S.A. (SPOT). Abrufbar unter: <https://ch.marketscreener.com/kurs/aktie/SPOTIFY-TECHNOLOGY-S-A-42589613/unternehmen/>.

8 MarketScreener: SPOTIFY TECHNOLOGY S.A. (SPOT). Abrufbar unter: <https://ch.marketscreener.com/kurs/aktie/SPOTIFY-TECHNOLOGY-S-A-42589613/unternehmen/>.

9 Ingham, Tim: If Universal Music Sells Its Spotify Stock Right Now, Artists Get \$500 Million. In: Rolling Stone, 11. Februar 2021. Abrufbar unter: <https://www.rollingstone.com/pro/features/universal-music-spotify-ownership-artists-1126893/>.

14 MarketScreener: APPLE INC.. Abrufbar unter: <https://de.marketscreener.com/kurs/aktie/APPLE-INC-4849/unternehmen/>.

hält, 10,2% der Aktien hält der Gründer Jeff Bezos, 6,1% hält The Vanguard Group (Stand 11. August 2021).¹⁵

2.4. Tencent

Die Tencent Musik Entertainment Group betreibt den Musik-Streaming-Dienst Tencent Music. Der Streaming-Dienst Tencent Music agiert ausschließlich auf dem chinesischen Markt. In China ist Tencent Music Entertainment mit einem Umsatz von 2,76 Mrd. Yuan (ca. 360 Mio. Euro) im Jahre 2020 das umsatzstärkste Unternehmen im Bereich des Musik-Streamings.¹⁶ 75,2% seiner Aktien sind frei handelbar (Stand 11. August 2021).¹⁷ 5,46% der Aktien hält das Investment Management Baillie Gifford & Co., 2,69% der Aktien das Management Ninety One UK Ltd. (Stand 11. August 2021).¹⁸

2.5. Deezer

Den französischen Streaming-Dienst Deezer nutzen laut der „*Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2021*“ derzeit nur ca. 4% der deutschen Bevölkerung als kostenpflichtiges Angebot; das kostenlose Streaming-Angebot von Deezer nutzen in Deutschland 6%.¹⁹ Das Unternehmen hatte ursprünglich geplant im Jahr 2015 an die Börse zu gehen, hat den Börsengang allerdings wegen „*schlechter Marktbedingungen*“ kurzfristig auf unbestimmte Zeit verschoben.²⁰ Das Unternehmen ist bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht an der Börse notiert.

2.6. YouTube Music

YouTube Music ist im Jahre 2018 in Deutschland online gegangen.²¹ Mit YouTube Music sollte auf dem Musikmarkt ein neuer Konkurrent zu den Unternehmen Spotify und Apple etabliert

15 MarketScreener: AMAZON.COM, INC.. Abrufbar unter: <https://de.marketscreener.com/kurs/aktie/AMAZON-COM-INC-12864605/unternehmen/>.

16 IT Times: Tencent Music verliert Nutzer – Lizenz-Deal und Joint Venture mit Warner Music. 23. März 2021. Abrufbar unter: https://www.it-times.de/news/tencent-music-verliert-nutzer-lizenz-deal-und-joint-venture-mit-warner-music-138289/?utm_source=finanznachrichten.de&utm_medium=CustomFeed.

17 MarketScreener: TENCENT MUSIC ENTERTAINMENT GROUP. Abrufbar unter: <https://de.marketscreener.com/kurs/aktie/TENCENT-MUSIC-ENTERTAINME-47515600/unternehmen/>.

18 MarketScreener: TENCENT MUSIC ENTERTAINMENT GROUP. Abrufbar unter: <https://de.marketscreener.com/kurs/aktie/TENCENT-MUSIC-ENTERTAINME-47515600/unternehmen/>.

19 Clement, Michel/Kandziora, Michael: Ergebnisse einer dreijährigen Panelstudie - Zukunft der Musiknutzung in Deutschland. In: Media Perspektiven 2021, 345ff (348f).

20 Deezer verschiebt Börsengang. In: Neue Zürcher Zeitung vom 29. Oktober 2015. Abrufbar unter: <https://www.nzz.ch/digital/deezer-verschiebt-boersengang-ld.2791>.

21 Siegele, Jochen: YouTube startet kostenpflichtigen Streaming-Dienst. In: Neue Zürcher Zeitung, 17. Mai 2018. Abrufbar unter: <https://www.nzz.ch/digital/YouTube-startet-kostenpflichtigen-streaming-dienst-ld.1386574?reduced=true>.

werden.²² Der Streaming-Dienst von Google bietet seinen Nutzern mit aktuell über 80 Millionen Musiktiteln das größte Angebot an verfügbaren Musikdateien; der marktführende Streaming-Dienst Spotify bietet im Vergleich derzeit ein Angebot von über 70 Millionen Titeln.²³ Bezüglich des Umsatzes von YouTube Music veröffentlichte Google bisher keine Zahlen. Der ebenfalls von Google betriebene Streaming-Dienst Google Music Play wurde Ende 2020 eingestellt.²⁴

2.7. Sonstige

NetEase Cloud Music ist, gleich dem Streaming-Dienst Tencent, ebenfalls nur auf dem chinesischen Markt tätig. Yandex Musika agiert allein auf dem russischen Musikmarkt, Pandora ausschließlich auf dem US-Markt.²⁶

3. Vergütungssystem der Streaming-Dienste

Zunächst sei die vertragliche Konstellation grundsätzlich dargestellt: Direkte Vertragspartner der Streaming-Anbieter sind meistens die Rechteinhaber (z.B. Plattenfirmen oder Labels), denen die Musiker zuvor ihre Verwertungsrechte an ihren Darbietungen übertragen oder Nutzungsrechte hieran eingeräumt haben.

Die Rechteinhaber schließen mit den Streaming-Anbietern Lizenzverträge, nach denen die Streaming-Betreiber die Darbietungen öffentlich zugänglich machen dürfen. Im Gegenzug zahlen die Streaming-Betreiber eine zwischen den Beteiligten frei ausgehandelte Lizenzgebühr an die Rechteinhaber. Einen Anteil von dieser Gebühr erhalten die Musiker als Gegenleistung für die Einräumung der Rechte. Die Höhe der Gebühr bemisst sich nach der konkreten Ausgestaltung der Verträge zwischen Musiker und Rechteinhaber.²⁷

3.1. Einnahmeverteilungsketten beim Musik-Streaming

Es hängt demnach von den vertraglichen Bedingungen zwischen den Rechteinhabern und den Musikern ab, wie viel die Rechteinhaber von den ausgeschütteten Einnahmen der Streaming-Dienste einbehalten und wie viel sie an die Künstler weitergeben. Dies kann dazu führen, dass

22 Heuzeroth, Thomas: YouTube attackiert jetzt Spotify und Apple. In: Die Welt vom 18. Juni 2018. Abrufbar unter: <https://www.welt.de/wirtschaft/article177776150/YouTube-Google-baut-den-Dienst-zum-Spotify-Konkurrenten-auf.html>.

23 Newman, Tom: YouTube Music currently has more songs available for streaming than Spotify and Apple Music. In: Digital Music News, 16. August 2021. Abrufbar unter: <https://routenote.com/blog/YouTube-music-more-songs-than-spotify/>.

24 DeNisco Rayome, Alison: Google Play Music is shutting down this month. Here's how to transfer to YouTube Music. In: cnet, 3. Dezember 2020. Abrufbar unter: <https://www.cnet.com/how-to/google-play-music-is-shutting-down-this-month-heres-how-to-transfer-to-YouTube-music/>.

26 Brack, Jan: Pandora – So gelingt das kostenlose Musik-Streaming in Deutschland. In: Netzwelt, 8. April 2018. Abrufbar unter: <https://www.netzwelt.de/news/164523-pandora-so-gelingt-kostenlose-musik-streaming-deutschland.html>.

27 Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148 ff. (149).

die Rechteinhaber nicht einmal die Hälfte ihrer eingenommenen Lizenzgebühren an die Künstler auszahlen.³¹

3.2. Vergütungsmodelle

Nach dem herkömmlichen Vergütungsmodell der Plattenfirmen orientiert sich die Vergütung von Künstlern an den Verkaufszahlen physischer Datenträger. Den Hauptteil der Einnahmen erhalten hierbei die Plattenfirmen, die die physischen Trägermedien in Umlauf bringen und damit auch das wesentlich größere unternehmerische Risiko tragen.

Dieses marktbasiertere Vergütungsmodell hat sich in der Musikindustrie auch im Streaming weitgehend durchgesetzt. Demgegenüber wird von Künstlern eine größere Beteiligung an den Einnahmen im Streaming-Geschäft durch eine nutzerorientierte Vergütung gefordert.³³

3.2.1. „Pro Rata“-Modell

Nach dem vorherrschenden marktbasiertere Bezahlungssystem („Pro Rata“-Modell) werden die Einnahmen an die Rechteinhaber nach dem Anteil der Streams der eigens lizenzierten Musiktitel im Verhältnis zu den gesamten Streams des Streaming-Anbieters verteilt. Der jeweilige Anteil hängt von verschiedenen Faktoren ab: der Zahl der Streams eines Musiktitels, der Gesamtzahl der „Streams“ des Streaming-Anbieters im Monat sowie der Menge der durch das Streaming generierten Einnahmen, die von den Vereinbarungen in den Lizenzverträgen zwischen den Rechteinhabern und Streaming-Diensten abhängen.³⁴

Insofern gilt grundsätzlich folgende Formel:

(Anzahl der Streams des Musiktitels / Gesamtzahl aller Streams beim Streaming-Anbieter) x erzielte Einnahmen des Streaming-Anbieters abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters = Vergütung je Musiktitel (pro Monat)

31 Deutschlandfunk Nova: Bezahlung - Erst die Streaming-Dienste und Labels dann die Künstler. 10. Juni 2020. Abrufbar unter: <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/geld-verdienen-in-der-musikbranche-erst-die-streamingdienste-und-labels-dann-die-kuentler> ; Plodroch, Ina/ Buchmann, Anja: Mehr Geld pro Klick. In: Deutschlandfunk, 29. Januar 2020. Abrufbar unter: https://www.deutschlandfunk.de/streaming-streit-mehrgeld-pro-klick.807.de.html?dram:article_id=469072.

33 House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee: Music streaming must modernise – is anybody listening?. 15. Juli 2021. Abrufbar unter: https://houseofcommons.shorthandstories.com/music-streaming-must-modernise-DCMS-report/index.html?utm_source=committees.parliament.uk&utm_medium=referrals&utm_campaign=economics-music-streaming&utm_content=organic.

34 Centre national de la musique: Music streaming: impact of UCPS settlement model, Detailed report January 2021. S. 6. Abrufbar unter: <https://cnm.fr/en/studies/impact-of-online-music-streaming-services-adopting-the-ucps/>.

Beispielrechnung:

50 Streams von A / 500 Streams insgesamt beim Streaming-Dienst = 10 % der Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters als Vergütung für den Künstler

200 Streams von B / 500 Streams insgesamt beim Streaming-Dienst = 40 % der Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters als Vergütung für den Künstler

250 Streams von C / 500 Streams insgesamt beim Streaming-Dienst = 50 % Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters als Vergütung für den Künstler

3.2.2. „User-Centric Payment System“ (UCPS)

Das „User-Centric Payment System“ (UCPS) orientiert sich hingegen an der individuellen Nutzung der Streaming-Kunden. Die je Streaming-Kunde erzielten Einnahmen werden jeweils danach verteilt, welche Musiktitel in welcher Anzahl der Streaming-Kunde tatsächlich gehört hat. Die Berechnung erfolgt nach folgenden Faktoren: die Gesamt-Zahl der Streams des Nutzers, die jeweilige Anzahl der Streams der einzelnen Musiktitel, sowie die durch einzelnen Streaming-Kunden erzielten Erlöse wie Abonnement-Entgelte oder Werbe-Einnahmen.³⁵

So werden die erzielten Einnahmen je Nutzer gemäß dem individuellen Hörverhalten an die Rechteinhaber verteilt. Damit wird einer Erhöhung von Einnahmen durch wiederholtes Abspielen von Musiktiteln derselben Nutzer etc. vermieden.

Dabei gilt grundsätzlich folgende Formel:

(Anzahl der Streams eines Musiktitels durch den Nutzer / Anzahl aller abgespielten Streams des Nutzers) x erzielte Einnahmen des Streaming-Anbieters abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters durch den Nutzer (pro Monat)

Beispielrechnung für ein Abonnement in Höhe von 10 € und 50 Streams insgesamt:

10 Streams von A / 50 Streams insgesamt x 10 € Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters = 2 € abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters

30 Streams von B / 50 Streams insgesamt x 10 € Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters = 6 € abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters

5 Streams von C / 50 Streams insgesamt x 10 € Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters = 1 € abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters

35 Centre national de la musique: Music streaming: impact of UCPS settlement model, Detailed report January 2021. S. 6. Abrufbar unter: <https://cnm.fr/en/studies/impact-of-online-music-streaming-services-adopting-the-ucps/>.

5 Streams von D / 50 Streams insgesamt x 10 € Einnahmen = 1 € abzgl. Kosten und Gewinn des Anbieters

3.2.3. „User-Time-Centric-Payment“ (UTCP)

Bei Spotify werden nur Musiktitel als Stream berücksichtigt, die mindestens 30 Sekunden gespielt wurden. Nur für gezählte Streams werden Künstler am Ende vergütet.³⁶

Vorgeschlagen wird dagegen auch ein nutzerorientiertes Modell, das wie das UCPS berechnet, jedoch nicht nur die Anzahl der ausgewählten Musiktitel, sondern auch die tatsächlich gehörte Zeit der Musiktitel berücksichtigt.³⁷

3.3. Studien über Auswirkungen der Vergütungsmodelle auf Einkommen der Musiker

Das aktuell weitgehend genutzte „Pro Rata“-Vergütungsmodell gilt unter Marktteilnehmern als einfach, verständlich und schnell umsetzbar. Dabei wird angenommen, dass durch dieses Modell populäre Genres, Hits und bekannte Künstler hohe Einnahmen erzielen.³⁸

Eine Studie aus dem Jahr 2019 über die Einnahmeverteilung beim Streaming-Dienst „Deezer“ belegte, dass 31 % der Streaming-Nutzer, die viel Musik hören („heavy user“), nach diesem Modell 69 % der Einnahmen der Künstler erzeugen. Nach dem nutzerorientierte UCPS-Modell dagegen wären dies lediglich 31 %.³⁹

Dieselbe Studie stellte auch fest, dass die Künstler außerhalb der Top 10.000-Rangliste des Streaming-Dienstes durch eine Umstellung auf das nutzerorientierte UCPS-Modell nur geringfügig mehr verdienen würden.⁴⁰

36 Kedves, Jan: 30 Sekunden, die den Pop verändern. In: Süddeutsche Zeitung, 4. November 2017. Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/musik-streaming-30-sekunden-die-den-pop-veraendern-1.3734114>; Rückl, Carolin: 29 Sekunden Musik; Mit seinem Debütalbum will Valentin Hansen darauf aufmerksam machen, dass Streamingdienste Künstler:innen kaum an ihren Einnahmen beteiligen. In: Der Tagesspiegel vom 16. August 2021.

37 Fair Share Initiative. Abrufbar unter: <https://fairshare-music.com/>.

38 Centre national de la musique: Music streaming: impact of UCPS settlement model, Detailed report January 2021. S. 9. Abrufbar unter: <https://cnm.fr/en/studies/impact-of-online-music-streaming-services-adopting-the-ucps/>.

39 Centre national de la musique: Music streaming: impact of UCPS settlement model, Detailed report January 2021. S. 27. Abrufbar unter: <https://cnm.fr/en/studies/impact-of-online-music-streaming-services-adopting-the-ucps/>.

40 Fischer, Benjamin: Einkünfte über Spotify & Co. - 0,00348 Dollar je Musik-Stream?. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19. April 2021. Abrufbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitec/verteilung-der-einkuenfte-bei-spotify-0-00348-dollar-pro-stream-17299832.html#void>, Centre national de la musique: Music streaming: impact of UCPS settlement model, Detailed report January 2021, S. 27. Abrufbar unter: <https://cnm.fr/en/studies/impact-of-online-music-streaming-services-adopting-the-ucps/>.

Der Ausschuss für Digitales, Kultur, Medien und Sport des House of Commons (Digital, Culture, Media and Sport Committee - DCMS) – vergleichbar mit dem Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages – veröffentlichte im Juli 2021 die Ergebnisse einer Befragung von Künstlern im Vereinigten Königreich über die Höhe ihrer Einnahmen aus Streaming. Danach erzielten rund 50 Prozent der Künstler keine Erlöse aus dem Streaming-Geschäft. Rund 35 Prozent der Künstler in Großbritannien gaben an, im Jahre 2020 maximal 1.000,00 £ an Einnahmen durch Streaming erzielt zu haben. Nicht einmal 10 Prozent der Künstler hatten im Jahr 2020 Erlöse von über 1.000, 00 £ aus dem Streaming-Geschäft.⁴¹

Eine finnische Studie aus dem Jahr 2017 über Einnahmen von Musikern bei „Spotify“ kam zu dem Schluss, dass Musiker mit den am häufigsten abgespielten Titeln durch das „Pro Rata“-Modell bevorzugt würden, unabhängig davon, ob dies durch eine große Anzahl an Nutzern oder durch vielfache Wiederholungen der Musiktitel durch immer dieselben Hörer erfolge. Dabei zeigte die Studie, dass ca. 90 % der Künstler lediglich auf maximal 9 Streams kommen. Umgekehrt erreichen lediglich 0,4 % aller Künstler mehr als 100 Streams. Daher sei zu erwarten, dass die überwiegende Mehrheit der Künstler für das Streaming ihrer Werke praktisch keine nennenswerten Einnahmen erziele.⁴²

Das UCPS-Modell sei hingegen positiver für Künstler, deren Musik weniger gespielt werde, da es zur Verteilung der Einnahmen durch Streaming nach der individuellen Nutzung der Streaming-Kunden komme. Demzufolge würden die je Streaming-Kunde erzielten Einnahmen abzgl. Kosten und Gewinnen des Anbieters direkt an diejenigen Künstler ausbezahlt, deren Musik der jeweilige Kunde auch tatsächlich gehört habe.⁴³

Anfang 2021 kam eine Studie zu dem Ergebnis, dass Streaming-Anbieter die Künstler von Major-Labels bei Playlisten bevorzugen würden.⁴⁴

41 House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee: Music streaming must modernise – is anybody listening?. 15. Juli 2021. Abrufbar unter: https://houseofcommons.shorthandstories.com/music-streaming-must-modernise-DCMS-report/index.html?utm_source=committees.parliament.uk&utm_medium=referrals&utm_campaign=economics-music-streaming&utm_content=organic.

42 Muikku, Jari: Pro Rata and User Centric Distribution Models: A Comparative Study. 30. November 2017. Abrufbar unter: <https://dmfbusiness.fi/pro-rata-user-centric-distribution-models-comparative-study/>; Hesmondhalgh, David: Is music Streaming Bad for Musicians? Problems of Evidence and Argument. August 2020. Abrufbar unter: https://www.researchgate.net/publication/343601171_Is_Music_Streaming_Bad_for_Musicians_Problems_of_Evidence_and_Argument.

43 Muikku, Jari: Pro Rata and User Centric Distribution Models: A Comparative Study. November 2017, S. 11. Abrufbar unter: <https://dmfbusiness.fi/pro-rata-user-centric-distribution-models-comparative-study/>.

44 Antal, Daniel/ Fletcher, Amelia/ Ormosi, Peter: Music Streaming – Is it a level playing field?. In: Data & Lyrics, 23. Februar 2021. Abrufbar unter: https://dataandlyrics.com/publication/music_level_playing_field_2021/.

4. Veränderung des Musikmarktes durch Streaming-Dienste

Der Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (BDKV) hat in den Jahren 2018 bis 2020 Befragungen zu der Entwicklung des Musikkonsums durchführen lassen. Der Studie nach ist der Musikkonsum als solcher rückläufig. Insgesamt hörten die Befragten im Jahre 2020 wöchentlich 19 Stunden und 19 Minuten Musik, während sie im Jahr 2018 noch wöchentlich 21 Stunden und 29 Minuten Musik gehört hätten.⁴⁶ Der Studie nach ist das Radio das meistgenutzte Musikmedium.⁴⁷ Im September 2020 gaben die Befragten an, dass sie in den letzten 7 Tagen insgesamt 7 Stunden und 58 Minuten über das herkömmliche Radio Musik gehört hätten.⁴⁸ Die Intensität der Radionutzung steht dabei in Relation zum Alter der Nutzer. Je älter diese sind, desto häufiger nutzen sie das Radio als Medium zum Hören von Musik. Dagegen fällt die durchschnittliche Nutzungsdauer des Radios umso kürzer aus, je jünger die Hörer sind.⁴⁹

Neben dem Radio wird zum Musikhören auch auf heruntergeladene und gespeicherte digitale Musikdateien zurückgegriffen. Diese sind im Vergleich zum Radio jedoch von geringerer Relevanz. So gaben die Befragten an, in den letzten 7 Tagen nur 2 Stunden und 38 Minuten gespeicherte digitale Musikdateien gehört zu haben.⁵⁰ Dieser Nutzungsanteil war laut Studie in den vergangenen Jahren rückläufig, während die Nutzung kostenpflichtiger Streaming-Dienste in den Jahren 2018 bis 2020 um 19% zugenommen hat.⁵¹

Die Befragten gaben ferner an, dass sie in den letzten 7 Tagen insgesamt 2 Stunden und 35 Minuten Musik über kostenpflichtige Musik-Streaming-Dienste gehört hätten, während die Nutzungsdauer 2018 noch 2 Stunden und 10 Minuten betragen habe.⁵² Kostenlose Musik-Streaming-

46 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek/Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

47 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek/Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

48 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek, Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

49 Domenichini, Bernhard: Audioversum-Studie 2020 - Radio, Musik und Podcasts im digitalen Transformationsprozess. In: Media Perspektiven 2020, S. 53ff (58).

50 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek, Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

51 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek, Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

52 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek, Glaß, Kea: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.

Dienste werden hingegen seltener genutzt. Die durchschnittliche Nutzungszeit betrug nach der Befragung im September 2021 in den letzten 7 Tagen bei den Teilnehmenden insgesamt nur 45 Minuten.⁵³

Besonderen Zuwachs an Zuhörern konnten in den vergangenen zwei Jahren auch Online-Radios verzeichnen. Statt wie noch im Jahre 2018 eine Stunde und 38 Minuten konsumierten die Befragten 2020 2 Stunden und 50 Minuten Musik über Online-Radios innerhalb der letzten 7 Tagen vor ihrer Befragung.⁵⁴ Dies entspricht einem Zuwachs von 73%.

In Folge der Erweiterung des digitalen Angebots von Musik sinkt bei den Befragten die Bereitschaft, Musik über physische Datenträger zu hören. Der Umsatz physischer Tonträger hat sich von 1.236 Mio. Euro im Jahr 2011 auf 510 Mio. Euro im Jahr 2020 halbiert.⁵⁵ Demgegenüber hat sich der Umsatz durch den Verkauf digitaler Musikinhalte innerhalb des Zeitraumes von 247 Mio. Euro im Jahr 2011 auf 1.276 Mio. Euro im Jahr 2020 mehr als vervierfacht.

Nach aktuellen Studien wird vermehrt unterwegs oder beim Sport aktiv Musik gehört.⁵⁶ Hierzu eignen sich digitale Inhalte besser als physische, da sie sich zum Abspielen auf unterschiedlichen Geräten besser eignen.

Musik-Streaming wirkt sich nicht nur auf die Bedeutung physischer Abspielmedien aus, deren Relevanz mit der Erweiterung des Online-Angebots stetig zurückgeht, sondern auch auf den Inhalt der Musik. Dies ist der „30-Sekunden Regel“ von Spotify geschuldet, wonach ein Titel erst als angehört gewertet und abgerechnet wird, wenn sich die Nutzenden diesen länger als 30 Sekunden anhören.⁵⁷ Aus diesem Grund ist es für die bei Spotify gelisteten Künstler von Bedeutung, dass der Titel in den ersten 30 Sekunden den Hörer fesselt und zum Weiterhören animiert.

-
- 53 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.
- 54 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 31. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.
- 55 Bundesverband Musikindustrie (BVMI): Musikindustrie in Zahlen 2020. Seite 8, Berlin 2021. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2020/BVMI_Musikindustrie_in_Zahlen_2020.pdf.
- 56 Clement, Michel/Kandziora, Michael/Meyn, Janek: Studie zur Zukunft der Musiknutzung 2018-2020. Seite 33. Abrufbar unter: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/01_Pressemitteilungen/2020/200916_Basisfolien_5_Welle_final.pdf.
- 57 Kedves, Jan: 30 Sekunden, die den Pop verändern. In: Süddeutsche Zeitung, 4. November 2017. Abrufbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/musik-streaming-30-sekunden-die-den-pop-veraendern-1.3734114>; s. hierzu das Beispiel eines Musikers, dessen einzelne Tracks seines aktuellen Albums eine maximale Länge von 29 Sekunden haben und damit bei Spotify finanziell wertlos sind: Rückl, Carolin: 29 Sekunden Musik; Mit seinem Debütalbum will Valentin Hansen darauf aufmerksam machen, dass Streamingdienste Künstler:innen kaum an ihren Einnahmen beteiligen. In: Der Tagesspiegel vom 16. August 2021.

Daneben ist die Stimmung eines Songs für den Zuhörer von größerer Bedeutung. Die Zuhörer sind weniger daran interessiert, die Lieder eines bestimmten Interpreten zu hören, als vielmehr die Musik entsprechend ihrer Stimmung oder Tätigkeit auszuwählen.⁵⁸ Viele Streaming-Dienste fassen deshalb bestimmte Songs je nach Stimmung oder Tätigkeit zu einer Playlist zusammen, wie beispielsweise die Playlists „Gute Laune“ oder „Sport“. Wird ein Song in einer solchen Playlist gelistet, dann wird dieser automatisch häufiger abgespielt.

5. Öffentliche Diskussion und Reformbemühungen

Im Folgenden werden öffentliche Diskussionen und Reformbemühungen, wie zuletzt durch das britische Parlament angestoßen, skizziert.

5.1. Großbritannien

Besonders präsent ist diese Thematik zur Zeit im Vereinigten Königreich. Dort beschäftigte sich der Fachausschuss (Digital, Culture, Media and Sport Committee – DCMS) des Unterhauses mit wirtschaftlichen Fragen des Musik-Streamings. Dabei hörte der Ausschuss die Vertreter relevanter Gruppen der am Musikmarkt Beteiligten an, darunter Musiker, Repräsentanten von Verwertungsgesellschaften und Plattenfirmen.

5.1.1. Anhörung im DCMS am 19. Januar 2021

In der Anhörung vom 19. Januar 2021 wurden Vertreter von Verwertungsgesellschaften („collective management organisations“) und Vertreter der größten drei Musiklabels von den Mitgliedern des DCMS zum Musik-Streaming befragt.⁵⁹ Zunächst äußerten sich Peter Leatham für die Verwertungsgesellschaft PPL (Phonographic Performance Limited) und Andrea Martin für die PRS (Performing Right Society for Music) zu den aktuellen Schwierigkeiten in der Musikbranche. Leatham und Martin betonten dabei, dass ein signifikanter „value gap“, also eine Diskrepanz zwischen dem Wert der Musik und der Vergütung durch Musik-Streaming-Dienste, bestehe. Darüber hinaus bemängelte Martin, dass bei Verbrauchern mittlerweile das Gefühl entstanden sei, Musik werde kostenlos zur Verfügung gestellt. Damit bezog sie sich insbesondere auf die große Zahl der in den letzten 20 Jahren im Internet entstandenen illegalen Musikangebote, aber auch auf kostenlose Accounts zu Streaming-Plattformen wie Spotify. Darüber hinaus monierten Martin und Leatham mangelnden Wettbewerb auf dem Musikmarkt.

Leatham betonte insbesondere, dass Plattformen wie YouTube ein Problem darstellten. Es fehle u.a. an Lizenzvereinbarungen, zu denen YouTube aktuell nicht gesetzlich verpflichtet sei. Zusätzlich profitierten derartige Plattformen von gesetzlichen Haftungsprivilegierungen, nach de-

58 Wie Streaming den Sound der Popmusik beeinflusst. In: Die Welt vom 28.11.2018. Abrufbar unter: https://www.welt.de/newsticker/dpa_nt/infoline_nt/boulevard_nt/article184597996/Wie-Streaming-den-Sound-der-Popmusik-beeinflusst.html.

59 House of Commons, Anhörung Digital, Culture, Media and Sport Committee, abrufbar unter: <https://parliament-live.tv/event/index/a251ac66-23e5-4f89-95cb-a982da3fc155>

nen Host-Provider grundsätzlich (eine Ausnahme besteht etwa dann, wenn der Provider Kenntnis von den rechtswidrigen Inhalten erlangt hat) nicht für urheberrechtswidrige Verstöße auf ihren Plattformen haftbar gemacht werden könnten.

Die Vertreter der drei größten Plattenfirmen, Sony Music, Universal Music und Warner Music, verteidigten in der Anhörung hingegen den großen Anteil, den sie durch die Verträge mit großen Streaming-Plattformen einnehmen. Dies sei insbesondere durch das hohe unternehmerische Risiko, das sie zur Förderung von neuen Talenten und Innovationen eingehen müssten, gerechtfertigt. Zudem beriefen sich die Plattenfirmen auf den wachsenden Markt unabhängiger Musiker, der diesen die freie Wahl ließe, ob sie sich den Plattenfirmen anschließen oder nicht.

5.1.2. Bericht des DCMS

Am 15. Juli 2021 veröffentlichte das DCMS seinen zweiten Bericht zu diesem Thema, in dem u.a. die Schlüsse aus der Anhörung vom 19. Januar 2021 verarbeitet worden sind. Der Vorsitzende des DCMS, Abgeordneter Julian Knight, geht in diesem Bericht davon aus, dass ein „complete reset“ in der Musik-Streaming-Branche notwendig sei, um eine faire Entlohnung von Künstlern, Songwritern und Komponisten zu gewährleisten.⁶⁰

Zum einen wird im Rahmen des Berichts der Umsatzrückgang für Künstler bemängelt, der mit der Umstellung auf digitale Formate einhergegangen sei.⁶¹

Ein anderes Problem stelle die bereits erwähnte Haftungserleichterung (sog. „safe harbour“) für Host-Provider – wie etwa YouTube – dar. Diese Haftungserleichterung ist auf die EU-Richtlinie 2001/31/EC zurückzuführen. Der Bericht bemängelt, dass diese Haftungserleichterung zudem zu einer verbesserten Stellung der Plattformen in den Lizenzierungsverhandlungen mit Rechteinhabern führe. Die Haftungserleichterung würde auch zu einer Dominanz von derartigen Plattformen beitragen.

Die zentralen Vorschläge des Berichts sind:

- Anspruch auf eine gerechte Vergütung für digitale Musik,
- Anspruch auf die Wiedereinnahme der Rechte an Werken nach einer gewissen Zeit,
- Anspruch auf Vertragsanpassung, wenn das Werk erfolgreicher ist als die dafür erhaltene Vergütung,
- Unterstützung des unabhängigen Musiksektors,
- Wettbewerbsbehörden sollen eine mögliche Marktverzerrung durch Streaming-Dienste prüfen,

60 UK Parliament, Pressemitteilung: MPs call for a ‘complete reset’ of music streaming to fairly reward performers and creators. 15. Juli 2021. Abrufbar unter: <https://committees.parliament.uk/work/646/economics-of-music-streaming/news/156593/mps-call-for-a-complete-reset-of-music-streaming-to-fairly-reward-performers-and-creators/>.

61 House of Commons, Digital, Culture, Media and Sport Committee: Economics of music streaming, Second Report of Session 2021–22. S. 3. Abrufbar unter: <https://committees.parliament.uk/publications/6739/documents/72525/default/>.

- Plattformen, die nutzergenerierte Inhalte anbieten (wie z.B. YouTube), sollen dazu verpflichtet werden, Lizenzierungsverträge abzuschließen.

Kernstück des Berichts ist die Forderung nach dem Recht auf eine gerechte Vergütung (Right to equitable remuneration). Ziel ist eine Vergütung mit einer Gewinnteilung von 50:50 zwischen den Rechteinhabern (in der Regel sind das die Plattenlabel) und den Performern, wie es etwa bereits teilweise beim öffentlichem Abspielen eines Songs, etwa im Radio, praktiziert wird.⁶² Auf dem Bereich des Streamings wird dieses Prinzip der hälftigen Teilung des Gewinns bislang nicht angewendet.

5.1.3. Reaktionen auf den Bericht

Musikvertreterverbände wie die Musicians' Union (MU), The Ivors Academy und die #BrokenRecord Campaign begrüßten den Bericht der DCMS und bezeichneten diesen als „revolutionären“ Vorstoß.⁶³ Obwohl dem Bericht keine verbindliche Wirkung zukommt, die vorgeschlagenen Maßnahmen auch tatsächlich umzusetzen, ist er teilweise sehr positiv aufgenommen worden und wird als Bestätigung dahingehend aufgefasst, dass Musik-Streaming bis dato Künstler unverhältnismäßig benachteilige.⁶⁴

Die BPI (British Phonographic Industry), eines der größten Plattenlabel, reagierte mit einem Verweis auf die Investitionskraft der Plattenlabels zur Unterstützung neuer Künstler und Talente.⁶⁵

*"Labels are committed to ensuring that artists share fairly in the growth from streaming. We will carefully examine the findings of this report, but it is essential that any policy proposals avoid unintended consequences for investment into new talent, and do not imperil this country's extraordinary global success in music."*⁶⁶

62 Musically: Understanding equitable remuneration and music streaming, 5. Mai 2021. Abrufbar unter: <https://musically.com/2021/05/05/understanding-equitable-remuneration/>.

63 Musicians' Union: The MU Welcomes "Revolutionary" DCMS Select Committee Report Into Music Streaming. 15. Juli 2021. Abrufbar unter: <https://musiciansunion.org.uk/news/dcms-select-committee-report-into-music-streaming>.

64 Sutherland, Mark: DCMS music streaming report: good news for #brokenrecord and #fixstreaming campaigns. 16. Juli 2021. Abrufbar unter: <https://audiomediainternational.com/dcms-music-streaming-report-good-news-for-brokenrecord-and-fixstreaming-campaigns/>

65 BPI Pressemitteilung: BPI respond to the DCMS Select Committee report on the economics of streaming. 5. Juli 2021. Abrufbar unter: <https://www.bpi.co.uk/news-analysis/bpi-respond-to-the-dcms-select-committee-report-on-the-economics-of-streaming/>

66 BPI Pressemitteilung: BPI respond to the DCMS Select Committee report on the economics of streaming. 15. Juli 2021. Abrufbar unter: <https://www.bpi.co.uk/news-analysis/bpi-respond-to-the-dcms-select-committee-report-on-the-economics-of-streaming/>.

5.2. Deutschland

In Deutschland ist die Diskussion über die gerechte Vergütung von Künstlern weniger präsent als im Vereinigten Königreich. Dennoch wurde – auch durch die Erkenntnisse der Untersuchungen im britischen Parlament – die Thematik immer wieder von den verschiedenen Interessensvertretern auch in den Medien diskutiert.⁶⁷

2020 haben sich bereits zahlreiche erfolgreiche deutsche Musiker an die großen Plattenlabels Universal, Sony, Warner und BMG gewendet und diese zu einer faireren Beteiligung an Streaming-Einnahmen aufgefordert. Die Musiksparte von Bertelsmann reagierte befürwortend auf diese Forderung:

„Wir halten es in einer Welt, in der die Plattenfirmen nicht mehr die Kosten für das Pressen und die Distribution physischer Tonträger tragen, nicht für gerechtfertigt, den Löwenanteil der Streamingeinnahmen einzubehalten.“⁶⁸ (Sprecher von BMG)

Der Sänger Dennis Ebbecke hat in einem Interview mit dem WDR erklärt, er könne mit den geringen Einnahmen durch Spotify so gut wie nichts verdienen.⁶⁹ Die Portale dienten vielmehr lediglich dazu, den Bekanntheitsgrad aufzubauen.⁷⁰

5.3. USA

Auch in den USA gab es zuletzt Proteste gegen die Vergütungsmodelle der Streaming-Anbieter. Anfang des Jahres organisierte die amerikanische Organisation „Union of Musicians and Allied Workers“⁷¹ eine weltweite Aktion gegen das gegenwärtige Pro-Rata-System von Spotify.⁷²

Abgeordnete des Kongresses der Vereinigten Staaten wandten sich im Juni 2021 in einem Brief an Spotify Gründer und CEO Daniel Ek, um Informationen über den von Spotify verwendeten

67 Zuletzt: Rückl, Carolin: 29 Sekunden Musik; Mit seinem Debütalbum will Valentin Hansen darauf aufmerksam machen, dass Streamingdienste Künstler:innen kaum an ihren Einnahmen beteiligen. In: Der Tagesspiegel vom 16. August 2021.

68 Sprecher von BMG (Bertelsmann-Musik Group), FAZ-Sonntagszeitung vom 26. Januar 2020, S. 19.

69 Eberl, Jens: Musiker gegen Streamingdienste „Es geht um die Wertschätzung“. In: Tageschau, 31. Mai 2021. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/musikbranche-streamingdienste-101.html>

70 Eberl, Jens, Musiker gegen Streamingdienste „Es geht um die Wertschätzung“, Stand: 31. Mai 2021. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/musikbranche-streamingdienste-101.html>.

71 Union of Musicians and Allied Workers: Justice at Spotify. Abrufbar unter: <https://www.unionofmusicians.org/justice-at-spotify>.

72 Fricke, Florian: Proteste gegen Streamingdiensteanbieter - So wehren sich Künstler*innen gegen die Marktmacht von Spotify. In: Bayerischer Rundfunk, 19. März 2021. Abrufbar unter: <https://www.br.de/radio/bayern2/sendungen/zuendfunk/so-wehren-sich-kuenstlerinnen-gegen-die-marktmacht-von-spotify-100.html>.

„Discovery Mode“ zu erhalten.⁷³ Es gibt Vermutungen, dass der „Discovery Mode“ Künstlern die Möglichkeit eröffnet, gegen eine Verringerung der Lizenzgebühren eine bevorzugte Berücksichtigung im Rahmen des Algorithmus von Spotify und damit auch eine größere Reichweite zu erlangen.

5.4. Reformbemühungen

In Deutschland gibt es bislang von Seiten des Gesetzgebers keine Initiative zur Modifizierung der Strukturen im Bereich des Musik-Streamings. Anders als in Großbritannien hat sich der Deutsche Bundestag bislang nicht mit dem Einfluss des Musik-Streamings auf die Musikbranche beschäftigt.

Von Seiten der Beteiligten gibt es hingegen Initiativen, die auf ein gewisses Umdenken hindeuten. So veröffentlichte Spotify in diesem Jahr eine neue Internetseite namens „Loud and Clear“⁷⁴. Auf dieser Plattform soll hinsichtlich der Vergütung der Künstler mehr Transparenz geschaffen werden, indem dort angezeigt wird, wie sich die Streaming-Zahlen auf Spotify zusammensetzen und ermittelt werden.⁷⁵

Die deutsche Initiative „Fair Share“ setzt sich zudem für alternative Vergütungsmodelle, faire Vergütung, Transparenz und Manipulationssicherung ein.⁷⁶

Die „Fair Internet Coalition“, ein Zusammenschluss von Künstlern, forderte bereits im Zusammenhang mit der Urheberrechtsreform auf EU-Ebene einen eigenständigen gesetzlichen Vergütungsanspruch der Künstler gegenüber Plattformbetreibern, der neben den vertraglichen Ansprüchen gegenüber den Rechteinhabern stehen soll. Angeführt wird eine Parallele zu dem Vergütungsanspruch aus § 27 Abs. 1 UrhG⁷⁷, der einen eigenständigen Vergütungsanspruch der Urheber gegenüber Vermietern vorsieht, wenn der Urheber dem Tonträger- oder Filmhersteller das Vermietrecht an einem Bild- oder Tonträger einräumt. Da das Streaming nicht darunter fällt, wird hierfür ein neuer gesetzlicher Vergütungsanspruch vorgeschlagen.⁷⁸

73 Nadler, Jerrold/ Johnson, Henry C.: Letter to Spotify Founder and CEO Daniel Ek regarding the „Discovery Mode“. Abrufbar unter: https://judiciary.house.gov/uploadedfiles/hjc_letter_to_daniel_ek.pdf.

74 Spotify: Loud and Clear. Abrufbar unter: <https://loudandclear.byspotify.com/de-DE/#:~:text=Allein%20im%20Jahr%202020%20wurden,die%20Zahlen%20auf%20Spotify%20abschneiden>.

75 Spotify: Antworten auf deine Fragen. Abrufbar unter: <https://loudandclear.byspotify.com/de-DE/?question=how-do-artists-get-paid>.

76 Weitergehende Informationen zu dieser Initiative unter: <https://fairshare-music.com/>.

77 Urheberrechtsgesetz vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1273), das zuletzt durch Artikel 25 des Gesetzes vom 23. Juni 2021 (BGBl. I S. 1858) geändert worden ist. Abrufbar unter: <https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/BJNR012730965.html#BJNR012730965BJNG000101377>.

78 Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148 ff., (159).

5.5. Alternative Streaming-Plattformen durch Blockchain-Technologie

Es haben sich inzwischen Initiativen für Streaming-Angebote entwickelt, die auf der Blockchain-Technologie beruhen.⁷⁹

Die Musikdateien werden dort dezentral auf der Blockchain gespeichert. Die Nutzer können die Musik kostenlos und werbefrei hören. Für jedes Abspielen des Musiktitels soll der entsprechende Musiker auf der Basis eines „Pay Per Play (PPP) Small Contracts“ einen gewissen Betrag der plattformeigenen Kryptowährung erhalten. Die Musiker können die Bedingungen über diese Vergütung in den „Small Contracts“ selbst festlegen, wenn sie ihre Musiktitel hochladen. Die Ausschüttung der Einnahmen soll dann durch die Überführung der Kryptowährung in ein „Universal Basic Income“ (UBI) erfolgen.⁸⁰

Dieses Modell könnte dazu führen, dass zwischen Musikern und Nutzern lediglich die Streaming-Plattform und keine weiteren Beteiligten stünden. Dadurch könnten die Musiker die Möglichkeit erhalten, die Einnahmen gemäß der „Small Contracts“ genau und transparent zu vereinbaren.⁸¹ Dabei ist jedoch auch das Risiko zu beachten, dass die genutzte Kryptowährung erheblichen Kursschwankungen ausgesetzt ist.⁸² Dieses System bietet insbesondere für diejenigen Künstler neue Verbreitungsmöglichkeiten, die bei keinem Rechteinhaber unter Vertrag stehen. Ob durch dieses Modell insgesamt Vergütungsgerechtigkeit für Musiker geschaffen werden kann, bleibt unklar.⁸³

6. Aktuelle Studien

Hervorzuheben ist der Bericht des DCMS des britischen Parlaments, der sich ausführlich mit den hier angerissenen Problemfeldern und möglichen Lösungsvorschlägen durch den Gesetzgeber beschäftigt:

- House of Commons, Digital, Culture, Media and Sports Committee: Economics of music streaming. Second Report of Session 2021-22. Abrufbar unter: <https://committees.parliament.uk/publications/6739/documents/72525/default/>.

Neben den bereits genannten Studien wird zur weiteren Information auf folgende Studien verwiesen.

- Clement, Michel / Kandziora, Michael: Tonträgermarkt und Musikknutzung in Deutschland. 2021. Abrufbar unter: http://miz.org/static_de/themenportale/einfuehrungstexte_pdf/07_Musikwirtschaft/clement-kandziora.pdf.

79 Z. B. „Musicoin“, abrufbar unter: <https://musicoin.org/>.

80 Ausführlich dazu Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148, (152).

81 Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148, (153).

82 Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148, (156).

83 Kritisch hierzu Bernzen, Anna: Musik für alle. Bezahlung auch? In: Recht innovativ 2018, S. 148, (157).

- Bitkom: Die Zukunft der Consumer Technology – 2020. 2020. Abrufbar unter: <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Die-Zukunft-der-Consumer-Technology-2020>.
- Clement, Michel / Kandziora, Michael: Ergebnisse einer dreijährigen Panelstudie - Zukunft der Musikknutzung in Deutschland. In: Media Perspektiven 2021, 345-352.
- Statista: Mediennutzung in Deutschland. 2020. Abrufbar unter: <https://de.statista.com/statistik/studie/id/3177/dokument/mediennutzung-statista-dossier/>.
- Grand View Research: Music Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report By Service (On-demand Streaming, Live Streaming), By Platform, By Content Type, By End Use, By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027. 2020. Abrufbar unter: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/music-streaming-market>.
- Statista: Streaming in the U.S. 2020. Abrufbar unter: <https://www.statista.com/study/15889/streaming-in-the-us-statista-dossier/>.

7. Fazit

Die Musik-Streaming-Dienste haben in den letzten Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Inzwischen wird der überwiegende Umsatz im weltweiten Musikmarkt mit Musikstreaming erwirtschaftet.

Marktführer der Streaming-Dienste ist Spotify mit einem Marktanteil von 32 % und einem im Jahre 2020 erwirtschafteten Umsatz von 7.880 Mio. €. Das Unternehmen ist seit 2018 an der Börse.

Die Musiker sind nicht direkte Vertragspartner der Musikstreaming-Dienste, sondern sie erhalten ihre Einnahmen von den Rechteinhabern wie den Plattenfirmen oder Labels, denen sie ihre Verwertungs- und Nutzungsrechte eingeräumt haben. Die Höhe der Einnahmen hängt dabei von den einzelnen Verträgen zwischen Künstlern und Rechteinhabern ab.

Hinsichtlich der Vergütungsmodelle stehen sich das herrschende „Pro Rata“-Modell und das nutzerorientierte UCPS-Modell gegenüber. Nach dem „Pro Rata“-Modell werden die Einnahmen der Streaming-Dienste an die Rechteinhaber anhand der Anzahl der Streams der eigens lizenzierten Musiktitel im Verhältnis zur Gesamtzahl der Streams verteilt. Beim nutzerorientierten UCPS-Modell werden die je Nutzer erzielten Einnahmen nach dem tatsächlichen Hörverhalten des individuellen Nutzers verteilt.

Die überwiegende Mehrheit der Künstler erzielt Studien zufolge keine oder nur sehr geringe Einnahmen. Lediglich ein sehr kleiner Teil der Künstler scheint finanziell erfolgreich zu sein.

Diskussionen über Reformbemühungen fanden bisher insbesondere in Großbritannien statt. Von Seiten der Künstler werden Umsatzrückgänge der Künstler durch die Umstellung auf digitale Formate sowie die Dominanz der Plattformbetreiber wegen Haftungserleichterungen bemängelt. Der Bericht des DCMS schlägt als Ziel eine gerechte Vergütung vor, die die Rechteinhaber und Künstler zu gleichen Teilen berücksichtigt. Auch in den USA gab es bereits Proteste von Musikern gegen das „Pro Rata“-Modell von Spotify. In Deutschland haben sich einzelne Musiker an die großen Plattenfirmen gewandt, um eine faire Beteiligung der Streaming-Einnahmen einzufordern.

Es haben sich Initiativen wie FairShare für eine transparente und faire Vergütung gebildet. Der Deutsche Bundestag hat sich dagegen bisher nicht mit dem Einfluss des Streamings in der Musikbranche beschäftigt und keine Reformen oder Modifizierungen der Strukturen im Musik-Streaming diskutiert.

* * * *