



---

**Ausschussdrucksache 21(22)67  
vom 27. Oktober 2025**

---

**Stellungnahme Bundesverband Musikindustrie (BVMI)**

zu TOP 1 der 9. Sitzung am 5. November 2025

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

## Stellungnahme zum öffentlichen Fachgespräch am 5. November 2025 „Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming“

Als Bundesverband Musikindustrie e.V. (BVMI) vertreten wir die Interessen von rund 170 Tonträgerherstellern und Musikunternehmen, die gut 80 Prozent des deutschen Musikmarkts repräsentieren. Hierbei vertreten wir klein- und mittelständische Unternehmen und Familienbetriebe sowie große internationalen Musikunternehmen (Universal Music Group, Sony Music, Warner Music Group, BMG, Believe etc.). Wir setzen uns für die Anliegen der Musikindustrie in der deutschen und europäischen Politik ein und dienen gleichsam der Öffentlichkeit als zentraler Ansprechpartner zur Musikbranche.

Wir wollen mit dieser Stellungnahme dazu beitragen, Ihnen ein ganz aktuelles Bild der Branche zu vermitteln. Hierzu werden wir Ihnen (1) die **unterschiedlichen involvierten Künstler**, (2) die **wirtschaftliche Lage** und (3) die **rechtliche Lage** darstellen.

*Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Stellungnahme das generische Maskulinum verwendet. Verwendete Personenbezeichnungen beziehen sich somit auf alle Geschlechter, sofern dies nicht anders kenntlich gemacht ist.*

### BEGRIFFE

Vorweg eine kurze Einordnung: Aus Gründen der Verkürzung und Vereinfachung werden die modernen **Musikunternehmen** zeitweilig „Musikfirmen“ oder „Musikproduzenten“ oder auch untechnisch „Labels“ genannt, manche kennen sie auch noch als „Plattenfirmen“. Basierend auf § 85 UrhG sind diese Unternehmen traditionell „**Tonträgerhersteller**“.

Tonträgerhersteller sind zum einen **Rechteeerwerber** (denn sie benötigen zur Herstellung und Verbreitung von (Tonträger)aufnahmen sowohl die **Nutzungsrechte der ausübenden Künstler** und der **Komponisten** und **Autoren**, also der **Urheber** von **Melodie** und **Text**, als auch **Rechteinhaber** (sowohl an originär bei ihnen entstehenden Tonträgerherstellerrechten als auch an derivativ, insbesondere von ausübenden Künstlern erworbenen Rechten). Sie sind deshalb Lizenznehmer der GEMA (insbesondere für traditionelle Tonträger-Formate) und daneben zugleich Wahrnehmungsberechtigte der GVL, welche den Tonträgerherstellern und ausübenden Künstlern zugewiesene Vergütungsansprüche wahrnimmt (und deren Mitgesellschafter der BVMI ist). Auf der Rechteeerwerbsseite lässt sich in der Regel zwischen den Konstellationen „Künstlervertrag mit korrespondierendem Produzentenvertrag“ und dem „Bandübernahmevertrag“ unterscheiden. Im Falle des Künstlervertrags stellt der Künstler u.a. seine Leistungsschutzrechte exklusiv bereit, während das Unternehmen als „wirtschaftlicher Produzent“ die Produktion bei einem sog. „künstlerischen Musikproduzenten“ in Auftrag gibt. Im Rahmen eines Bandübernahmevertrags stellt der Vertragspartner die fertige Aufnahme bereit und lizenziert die Leistungsschutzrechte der Künstler sowie die Tonträgerherstellerrechte exklusiv an das Unternehmen.<sup>1</sup> Selbstverständlich existieren

---

<sup>1</sup> Moser/Scheuermann/Drücke/Houareau, „Handbuch der Musikwirtschaft“, 7. Auflage, S. 584 ff.

heute eine Vielzahl von Vertragskonstellationen und mancher Künstler durchlebt bereits sehr früh die Evolution hin zu einem eigenen Musikunternehmen.

## ZU DEN UNTERSCHIEDLICHEN INVOLVIERTEN KÜNSTLERN

**Begrifflichkeiten zuerst:** Es mag banal klingen, aber trotzdem sei es gerade in der aktuellen Situation wiederholt: Es gibt nicht *den* Künstler oder *die* Künstlerkarriere. Es existieren sehr viele verschiedene Lebens- und Schaffenswelten, die sich nicht vereinheitlicht abbilden lassen. Wir unternehmen den Versuch einer Einordnung in zwei grobe Richtungen: die **professionellen Künstler**, also diejenigen Künstler, die ihr Lebensmodell der Schaffung von Musik widmen und davon ihren Lebensunterhalt bestreiten (wollen), und die **nicht-professionellen Künstler**, also solche, die das Musikkochen nicht als Lebenserwerb betreiben.

Unter den **professionellen Künstlern** wird im Bereich der Musik zwischen den sog. **Featured Artists** und den sog. **Session musicians** (bzw. **Studiosmusikern**) unterschieden. Letztere haben meist andere Lebensmodelle. Als Beispiel sei der Musiker genannt, der in einer Top-40 Coverband auf Stadtfesten spielt, Musikunterricht gibt, in einer weiteren Band spielt und als Studiosmusiker bei einzelnen Tonaufnahmen für Einspielungen engagiert wird. Außerdem gibt es natürlich die **Urheber** – also die Textdichter und Komponisten – des für die spätere Tonaufnahme zugrunde liegenden Werks. Wenn ausübende Künstler zugleich Urheber sind, spricht man von einer *Singer-/Songwriter*-Konstellation. Diese wird natürlich heute längst durchbrochen, da die Demokratisierung der Musikproduktion und der Musikdistribution es einer unbestimmten Vielzahl von Menschen ermöglichen, Tonaufnahmen zu erstellen und zu verbreiten. Auch gibt es selbstverständlich Überlappungen, gleichwohl erscheint die grundsätzliche Unterscheidung wichtig, um Lebenswelten und Lebensverhältnisse von Künstlern im Lichte der diversen Vertragsbeziehungen zu besprechen. In den folgenden Ausführungen stehen die **professionellen Featured Artists** im Mittelpunkt.

Der Blick in die Studie zur „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“<sup>2</sup> gibt einen für die Folgediskussionen diesbezüglich **entscheidenden Hinweis**:

*„Im Jahr 2023 waren im deutschen Streamingmarkt rund 71,7 Millionen Musiktitel von etwa 5,4 Millionen Künstler:innen verfügbar“ (Costas, Vonderau: S. 10, Studie „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“). Darüber hinaus wird im Folgenden ausgeführt, dass durch den Wegfall von Marktbarrieren im Streamingmarkt eine starke „Zunahme der Anzahl von Künstler:innen, insbesondere Amateurmusiker:innen“, erfolgt ist, die „nur vereinzelt Titel umsetzen“ (ebd.: S. 241 ff.). Es wird die Frage gestellt, „inwiefern Künstler:innen, die nur sehr wenige Musiktitel veröffentlichen und kaum Umsätze generieren, als professionelle Künstler:innen angesehen werden können“ (ebd.: S. 273).*

<sup>2</sup> [https://kulturstaatsminister.de/fileadmin/user\\_upload/Downloads/Pressemitteilungen/2025-02-10-streaming-studie.pdf](https://kulturstaatsminister.de/fileadmin/user_upload/Downloads/Pressemitteilungen/2025-02-10-streaming-studie.pdf)

Im Rahmen der Studie erfolgte eine Modellrechnung mit der Eingrenzung auf wirtschaftlich relevante Künstler durch Berücksichtigung von Songs mit mehr als 1.000 Abrufen pro Monat (Costas, Vonderau: S. 273 ff.). Besonders hervorzuheben ist die drastische Reduktion der Anzahl der am Markt aktiven Künstler:innen durch diese Modellrechnung: Von ursprünglich 5,4 Millionen Künstler:innen verbleiben nur noch etwa 276.000, die als wirtschaftlich relevant eingestuft werden können (Costas, Vonderau: S. 273 ff.).

Auch kommt die Studie zu dem Schluss: „Der derzeitige vom Streaming-dominierte Musikmarkt schneidet jedoch im Vergleich zum früheren CD-Markt nicht grundsätzlich schlechter ab: Im Jahr 2023 haben mehr als doppelt so viele Muskschaffende Umsätze über dem Grundfreibetrag erzielt als im Jahr 2002“ (Costas, Vonderau: S. 10). „Inflationsbereinigte Berechnungen ergeben außerdem, dass in den mittleren Umsatzsegmenten und insbesondere im höchsten Umsatzsegment (1 Million € und mehr) seit 2014 ein signifikanter Anstieg an Künstler:innen erfolgt ist“ (ebd.: S. 334).

### **Beispiel für transparente Abrechnungssysteme eines Musikunternehmens**

Was die Frage der Transparenz anbelangt, so haben die Musikunternehmen verschiedene Systeme entwickelt, um deren unter Vertrag stehende Künstler in Echtzeit über deren Einkünfte zu informieren. Sony Music bietet beispielsweise seinen Künstlern über Tools wie "Real Time Cash-Out & Advances" die Möglichkeit, Einnahmen in Echtzeit auszuzahlen und Vorschüsse zu erhalten, welches auch in Form einer App zugänglich ist.

Der heutige Musikmarkt ist **wettbewerbsintensiver** als je zuvor. Es gibt **keine Marktzutrittsschranken** und die Künstler haben heute mehr denn je die Wahl, wie sie ihre Musik aufnehmen und vertreiben wollen. Diese beinahe unbeschränkten Zugangsmöglichkeiten bergen zugleich eine andere Wahrheit für das Individuum: Angesichts von mehr als 5 Millionen Künstlern bei den Streaming-Diensten und mehr als 100.000 hochgeladenen Tonaufnahmen pro Tag (im deutschen Streaming-Markt; u.a. Spotify 2024) wird es sehr schwer, nur vom Streaming zu leben, zumal es schwieriger denn je geworden ist, sich gegen die Masse durchzusetzen und wahrgenommen zu werden.

Wenn sich Künstler für eine Partnerschaft mit einer Plattenfirma entscheiden, wollen sie von der Unterstützung agiler, reaktionsschneller, z.T. global vernetzter Expertenteams profitieren, die ihnen dabei helfen, kreativen und kommerziellen Erfolg zu erzielen und eine langfristige Karriere aufzubauen. Die Entscheidung, welchen Weg der Künstler einschlägt und also auch ob und wie er mit einer Plattenfirma zusammenarbeiten möchte liegt allein bei ihm – von einfachen Musikvertriebsvereinbarungen bis hin zu einer engen kreativen und kommerziellen Partnerschaft mit einem Musikunternehmen wird heutzutage unter dem Stichwort „**Music Company as a Service**“ alles angeboten. Es herrscht größtmögliche **Privatautonomie**.

### **DIE WIRTSCHAFTLICHE LAGE**

Die Umsätze der Musikindustrie sind in den vergangenen Jahren wieder gestiegen. Diese Entwicklung ist für alle Marktteilnehmenden vorteilhaft. Eine Frage, die in diesem Zusammenhang sehr häufig gestellt wird, ist, ob auch die ausübenden Künstler von dieser Entwicklung profitieren. Die Antwort ist mit Blick auf die Künstler, die bei Musikunternehmen unter Vertrag stehen, schlicht: ja. In den

vergangenen Jahren wurde sich intensiv mit diesem Thema auseinandergesetzt und Studien erstellt – auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.

Ein Thema wird dabei jedoch nach wie vor oft übersehen: Die **Investitionen der Musikunternehmen** in die Entwicklung von Künstlerkarrieren und die Herstellung der Produkte und ihrer Vermarktung und Bewerbung – selbstverständlich mit **Folgen für die Verteilungslogik** zwischen Künstler und Musikunternehmen. Denn ausgehend von **der Prämisse jeder marktwirtschaftlichen Logik** des sog. **Return of Investment** (ROI) investiert ein Musikunternehmen in einen Künstler in der Hoffnung, diese **Investition** wenigstens **wieder einspielen** („recoupment“) und **im besten Fall einen Gewinn generieren** zu können. Diese Verabredung zu einem Investment in eine Künstlerkarriere auf Basis eines gemeinsamen Vertrages ist **für den Künstler** zumeist **risikoarm** (beispielsweise kann er i.d.R. den Vorschuss auf die zu erwartenden Lizenzeinnahmen auch im Falle des Misserfolgs behalten) und **für das Musikunternehmen stark risikobehaftet**.

Um Transparenz über die Aufwendungen der deutschen Musikindustrie für ihre Künstler zu erhalten – und einen Beitrag zur Versachlichung der Debatte zu leisten – hat der BVMI eine Studie in Auftrag gegeben, die die Investitionen und Zahlungen der vergangenen zehn Jahre darstellt: ["Die deutsche Musikindustrie: Investitionen und Zahlungen an Künstler\\*innen"](#)<sup>3</sup> (Untersuchungszeitraum 2010 – 2022).

### **Die deutsche Musikindustrie – Investitionen und Zahlungen an Künstler**

Die im Auftrag des BVMI durch das Oxford Economics Institut im März 2024 veröffentlichte Studie (siehe oben) untersucht in dem zehnjährigen Betrachtungszeitraum die Einkommensentwicklung für ausübende Künstler und die Investitionen und Einnahmen der Musikunternehmen.

Wesentliche **Ergebnisse** (Hervorhebungen durch BVMI):

- Die deutschen Musiklabels **investierten** im Jahr 2022 rund 342 Millionen Euro. Dies entspricht einem Anstieg der Gesamtinvestitionen von 28,2 Prozent seit 2010 und liegt somit über dem 17-prozentigen Wachstum der Industrieerinnahmen im selben Zeitraum. Insgesamt investieren die deutschen Musiklabels im Durchschnitt jährlich 33,3 Prozent ihrer **Einnahmen (nicht des Gewinns)** in die Entwicklung und Entdeckung neuer Künstler (=Investitionen in Artists & Repertoire (A&R)) sowie deren Vermarktung und den Vertrieb ihrer Musik (=Investitionen in Marketing & Promotion inklusive interner Agentur- & digitaler Leistungen (M&P))
- Neben höheren Investitionen führte der Anstieg der Einnahmen auch zu **steigenden Zahlungen an Künstler**. Während die Industrieerinnahmen zwischen 2010 und 2022 um 17 Prozent stiegen, haben sich die **Zahlungen** an Künstler im selben Zeitraum **mehr als verdoppelt (ein Anstieg um 132 Prozent)**.

<sup>3</sup> Oxford Economics 2024:

[https://www.oxfordeconomics.com/wpcontent/uploads/2024/03/BVMI\\_Investitionen\\_Musikindustrie\\_Bericht\\_v9.0.pdf](https://www.oxfordeconomics.com/wpcontent/uploads/2024/03/BVMI_Investitionen_Musikindustrie_Bericht_v9.0.pdf)

- Siehe hierzu Abb. 1. Bemerkenswert ist, dass insbesondere die **Vorschüsse** seit 2010 sich **mehr als verdreifachten (+273 Prozent)**. Vorschüsse stellen zwar amortisierbare Zahlungen der Musiklabels an die Künstler dar, werden aber **unabhängig vom erzielten Erfolg des produzierten Werkes gezahlt**. Dadurch stellen sie **immer ein Investitionsrisiko für die Musiklabels dar**. Die Musiklabels tragen daher zunehmend das unternehmerische Risiko für den Erfolg von Musikwerken. Hinzu kommt, dass sich neben den Vorschüssen **auch die Lizenzzahlungen der Musiklabels an die Künstler verdoppelt** haben. Zusammengenommen partizipierten Künstler in den letzten drei Jahren durch Vorschüsse oder Lizenzzahlungen somit an ca. **43 Prozent der Industrieerinnahmen (Anmerkung BVM: nicht Gewinn)**. Zum Vergleich: Zwischen 2010 bis 2013 betrug dieser Anteil nur leicht über 20 Prozent.

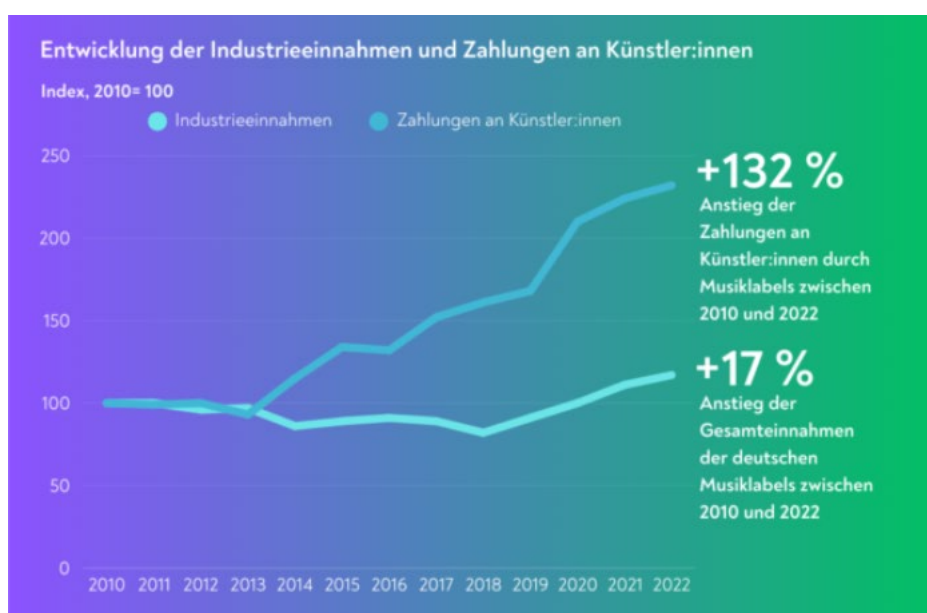


Abb. 1: Entwicklung der Einnahmen von Musikunternehmen und Auszahlungen an die Künstler (Quelle: Oxford Economics 2024)

Auch „der Rest“ stellt nicht den Gewinn des Unternehmens dar, sondern davon wird in Marketing und Künstlerentwicklung (A&R, exklusive Vorschüsse) investiert sowie die laufenden Kosten der Unternehmen getragen. Übrig bleiben am Ende Gewinne nach Steuern. Und hier kann man im deutschen Musikmarkt (Recorded Music), der knapp 25 Jahre nach dem sogenannten Napster-Schock gerade einmal die 2 Milliarden-Handelsumsatzgrenze überschritten hat, wovon etwas mehr als die Hälfte bei den Labels ankommt, nicht von „Milliardengewinnen“ reden. Es ist wichtig zu berücksichtigen, dass das Musikgeschäft ein „Hochrisikogeschäft“ ist. Gewinne mit einem am Markt erfolgreichen Künstler gleichen Investitionen in eine Reihe von Künstlern aus, die nicht erfolgreich sind und das von den Firmen investierte Geld nicht wieder einspielen. Das ist die Realität und das ist das Risiko, das die Firmen immer wieder eingehen.

## Streamingeinnahmen und Abrechnungsmodelle

Es gibt seit längerem Diskussionen über die von den Streaminganbietern vorgenommenen Zuweisungen der Einnahmen an die jeweiligen Künstler – in der Branche und im Übrigen auch unter den Künstlern selbst. Es geht dabei zum Beispiel um die Vor- und Nachteile der zurzeit angewandten „pro rata“-Methode im Gegensatz zu User-zentrierten Modellen. Der BVMI kann als Verband die individuellen vertraglichen Vereinbarungen der Musikunternehmen mit den Streamingdiensten nicht kommentieren, da diese individuell – oder aber kollektiv über Merlin – verhandelt werden. Im Vergleich hierzu verhandelt beispielsweise die GEMA wiederum direkt mit den Diensten hinsichtlich der Urheberrechte. Die Lizenzzahlungen, die Künstler erhalten, können abhängig von den Vereinbarungen variieren, die sie mit Labels oder Distributoren haben. Die britische *Competition and Markets Authority (CMA)* hat in einer umfangreichen, bereits im November 2022 veröffentlichten Untersuchung des britischen Musikstreaming-Markts festgestellt, dass sich neue Multi-Track-Deals (also Verträge über Alben oder EPs), die Major-Labels mit neuen Künstlern abgeschlossen haben, in den vergangenen zehn Jahren (von 2012 bis 2021) zugunsten der Künstler verbessert haben.<sup>4</sup>

Einige unserer Mitglieder testen längst zusammen mit Marktpartnern alternative Abrechnungsmodelle, beispielsweise User Centric (UCPS) oder Artist Centric. Bei diesem komplexen Thema haben einige bisherige Studien gezeigt, dass sich durch einen Wechsel vom aktuellen „pro rata“- zum UCPS-Modell keine gravierenden Umsatzverschiebungen zwischen Künstlern ergeben würden. Sichtbare Vorteile könnte es eventuell für unterrepräsentierte Genres haben. Es ist also zu kompliziert, um zu behaupten, es gäbe ein „silver bullet“, das alle Probleme lösen könnte. Ein Blick in die von der BKM beauftragten Studie „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“ dazu:

*„Lei (2023) wandte sich gegen eine Umstellung auf User-Centric, weil die damit verbundenen Erwartungen durch eine Ausweitung des Streamingmarktes und höhere Abonnementzahlen zu bedienen und Pro-Rata im Vergleich effizienter und fairer sei. Dabei ging Lei (2023) von einem uniformem Hörverhalten sowie davon aus, dass die Musikschaaffenden selbst ihre Vergütung maximieren könnten, wenn sie die Präferenzen der Nutzer:innen strategisch bedienten.“*  
 (Costas, Vonderau: S. 80)

*Eine Konsensbildung zu einer Umstellung auf das User-Centric-Modell sei insofern schwierig, als die relevanten Stakeholdergruppen unterschiedlich betroffen seien (vgl. dazu auch Anderton & Hannam 2024 in Costas, Vonderau: S. 80 f.): für die DSPs bliebe sie weitgehend kostenneutral; für die Superstars nachteilig, aber möglicherweise vertretbar; für Indie-Labels nachteilig, weil sie 2,2 Prozent an Einnahmen verlieren würden; für die Major-Labels zwar mit leicht erhöhten Einnahmen (3,5 Prozent), aber zugleich dem Problem verbunden,*

---

<sup>4</sup> CMA Report 2022, S. 44:

[https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6384f43ee90e077898ccb48e/Music\\_and\\_streaming\\_final\\_report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6384f43ee90e077898ccb48e/Music_and_streaming_final_report.pdf)



*gegebenenfalls gegenüber den Musikschaaffenden eine Einnahmeumverteilung von Rap und Hip-Hop hin zum Back Catalog rechtfertigen zu müssen. Keine der bis zu diesem Zeitpunkt entstandenen Studien grauer Literatur hat sich indes eindeutig für eine Umstellung ausgesprochen, weil diese immer Vor- wie auch Nachteile für Rechteverwerter in sich bergen (vgl. DCMS 2021, 9, in Costas, Vonderau: S. 82).*

*Diese verweisen zudem auf die Gefahr, durch eine technische Entweder-Oder-Lösung oder vermeintliche ‚goldene Verteilungsschlüssel‘ den Systemzusammenhang der Vergütungsproblematik aus dem Blick zu verlieren.*

### **Streaming-Manipulation und KI**

Daneben existiert ein schwer einzudämmender Bereich der **Streaming-Manipulation** an sich. Streaming-Manipulation ist jede Verzerrung des Chart-Rankings und / oder die Einflussnahme auf Lizenzzahlungen, die auf künstlichen Eingriffen von außen beruhen und die sich (hinsichtlich Inhalt und/oder Abrufen) nicht auf die (übliche) Aktivierung von Nutzern zurückführen lassen. Wir unterscheiden zwischen:

- **Abruf-Manipulation: Dienste**, die gegen Bezahlung das Streamingverhalten durch computergenerierte „Bots“ oder händisch (Klickfarmen, Klickcafés, gehackte Accounts etc.) manipulieren. Fokus: Grundsätzlich eher Charts.
- **Inhalte- und Abruf-Manipulation: Dienste oder Personen**, die sowohl Inhalte als auch deren Abruf manipulieren (durch computergenerierte „Bots“ oder händisch). Fokus: Grundsätzlich eher jenseits der Charts („Long-Tail Streaming-Fraud“)

Hinweis: Reine Promotion-Aktionen stellen keine Manipulation dar. Es ist im Interesse der gesamten Branche, Streaming-Manipulation Einhalt zu gebieten. Kombiniert mit KI-generierter Musik ist das durchaus fatal – auch wenn hierzu nur vereinzelt Zahlen vorliegen (Deezer 2025<sup>5</sup>).

Eine andere Seite der Wahrheit: Durch die **Schwemme** von mit **KI-erzeugter Musik**, hinter der Anbieter stehen, die mit urheberrechtlich geschützten Werken ohne Lizenzerwerb trainiert wurden und werden, verringert sich der Anteil legal erstellter und zu vergütender Musik.

Im Kontext KI-generierter Musik ist zudem zu unterscheiden zwischen echten Profilen real existierender Künstler und *fake* Profilen – wenn also auch unter Verwendung des Künstlernamens Musik zum Streaming angeboten wird (wie beispielsweise bei der Folk-Sängerin Emily Portman im September 2025).<sup>6</sup> Denn durch Streaming-Manipulation gehen allen am Markt legal beteiligten Parteien enorme Summen verloren. Und durch die Nutzung Künstlicher Intelligenz bei Erstellung und Streaming hat sich dieses Problem verschärft.

<sup>5</sup> Deezer: 28% of all music delivered to streaming is now fully AI-generated (11.09.2025): <https://newsroom-deezer.com/2025/09/28-fully-ai-generated-music/>

<sup>6</sup> <https://www.songlines.co.uk/features/emily-portman-faces-ai-fake-albums-on-streaming-platforms>



### Positive Entwicklung des Musikstreamings auf lokales Repertoire

In fast allen relevanten Territorien haben besonders auch lokale Künstler von der Vermarktung ihrer Musik auf Streaming-Plattformen profitiert. Allein in Deutschland stellen „Domestic Artists“ regelmäßig zwischen 40 und 60 in den Offiziellen Deutschen Top 100 Single-Charts Musik auf Streaming-Plattformen.



Abb. 2: Anteile nationaler und internationaler Single-Produktionen an den Top-100 Charts 2015-2024 (Quelle: Musik in Zahlen 2024<sup>7</sup>)

Der Anteil des nationalen Repertoires bleibt also auch im Streaming-Markt stabil bei 40 Prozent und zeigt sich vor allem bei den umsatzstärksten Künstlern (Costas, Vonderau: S. 219).

Besonders erfolgreiche Künstler haben mit nationalem Repertoire im Streamingmarkt eine noch stärkere Präsenz als im Gesamtmarkt, was ihre Bedeutung und Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Umfeld unterstreicht (ebd.: S. 254).

### DIE RECHTLICHE LAGE

Das deutsche Urhebervertragsrecht regelt die vertraglichen Beziehungen zwischen Urhebern und ihren Partnern, bzw. auf Basis eines Verweises auch zwischen den Künstlern und ihren Partnern. Es zielt darauf ab, die wirtschaftlich oft schwächeren Künstler gegenüber ihren oft mächtigeren Vertragspartnern zu schützen – dabei darf jedoch auch nicht verkannt werden, dass am Markt sehr erfolgreiche Künstler gerade oft eine stärkere Verhandlungsposition als die Musikunternehmen haben. Durch gesetzlich verankerte Ansprüche gilt das Urhebervertragsrecht international als eines

<sup>7</sup> Musikindustrie in Zahlen 2024:

[https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/MiZ\\_Jahrbuch/2024/Abb24B.jpg](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2024/Abb24B.jpg)

der strengsten und urheberfreundlichsten Systeme der Welt. Diese Schutzintention wurde durch Reformen des Urheberrecht 2002 (Eigentliche Einführung des Urhebervertragsrechts), 2016 (Gesetz zur verbesserten Durchsetzung des Anspruchs auf angemessene Vergütung) und 2021 (Umsetzung der EU-Urheberrechtsrichtlinie) weiter verstärkt – aus Sicht des BVMI teilweise unter Kollision mit EU- und Verfassungsrecht. Damit setzt Deutschland jedenfalls weltweit Maßstäbe im Schutz der kreativen Leistung im Vertragsrecht.

#### **FAZIT**

Der BVMI und seine Mitgliedsunternehmen führen die Diskussion über eine potenzielle Verbesserung der Lage der Künstler seit längerer Zeit. Die Diskussion sollte jedoch nicht unter Kollision mit den wirtschaftlichen und juristischen Realitäten der Branche geschehen. Die Musikindustrie hat – entgegen allen Widrigkeiten am Markt und im Wesentlichen ohne jede Abhängigkeit von Fördermitteln – als erste den Schritt in die Digitalisierung und hin zu einem positiven Wirtschaftsumfeld geschafft. Dies ist auf Basis eines hinsichtlich der Lizenzierung verlässlichen Rechtsrahmens geschehen zum Wohle aller an der Branche partizipierenden Teilnehmer. Im Hinblick auf die Entwicklungen von KI im Bereich der Musik, deren Erstellung und Verwertung, sollte die Debatte eng an den tatsächlichen Marktrealitäten geführt werden. Dazu gehört es, dass ein regulatorischer Rahmen geschaffen und nicht verwässert wird, der ein rechtssicheres Fundament für weitere Investitionen auf Basis eines Lizenzmarkts schafft. Denn auf Grundlage durchsetzbarer Rechte und neuer Lizenzmärkte sind stets Innovationen zum Vorteil aller wesentlich am Markt Beteiligter entstanden.

Berlin, 27. Oktober 2025