

Anlagenkonvolut

zum Kurzprotokoll der 9. Sitzung des
Ausschusses für Kultur und Medien
am 5. November 2025



**Ausschussdrucksache 21(22)65
vom 27. Oktober 2025**

Stellungnahme Prof. Dr. Jana Costas

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming

Im Jahr 2023 waren im deutschen Streamingmarkt rund 71,7 Millionen Musiktitel von etwa 5,4 Millionen Künstler:innen verfügbar. Das unabhängige, wissenschaftlich fundierte und ergebnisoffene Forschungsprojekt hat das Vergütungssystem hinter diesen Zahlen untersucht. Grundlage der Studie war ein Mixed-Methods-Ansatz, der qualitative und quantitative Daten verbindet: erstens eine Metastudie derzeitig vorliegender wissenschaftlicher und nicht-wissenschaftlicher Literatur; zweitens mehr als 60 qualitative Interviews mit Akteuren der deutschen Musikindustrie; drittens eine deutschlandweite Befragung von rund 3.000 Musikschafternden; sowie viertens eine Datenanalyse des deutschen Marktes für Musikaufnahmen über einen Zeitraum von mehr als 20 Jahren. Ergänzt wurde die Untersuchung durch ein Rechtsgutachten über die Transparenz in der Vergütung im Musikstreamingmarkt.

Vergütung und Verteilungsdisparitäten

Laut den Ergebnissen der Befragung gibt eine Mehrheit von über 74 % der Musikschafternden an, unzufrieden mit ihren Einnahmen aus Musikstreaming zu sein. Der Musikmarkt weist eine Polarisierung der Vergütung auf: Basierend auf der Datenanalyse des Streamingmarktes entfallen über 75 % der Umsätze auf 0,1 % der Künstler:innen, 68 % der Künstler:innen erzielten dagegen weniger als 1 Euro Umsatz im Jahr 2023. Die Polarisierung zeigt sich auch an anderen Zahlen. In der Befragung gaben 38 % der Musikschafternden an, von steigenden Streamingeinnahmen und 35 % von steigenden Gesamteinnahmen in den letzten fünf Jahren profitiert zu haben. Hingegen verzeichneten 38 % rückläufige Gesamteinnahmen und 25 % der Befragten sinkende Streamingeinnahmen. 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 Musikschafternde Umsätze über dem Grundfreibetrag erzielt als im Jahr 2002. Auch gibt es seit 2014 einen stetigen Anstieg von Musikschafternden in den mittleren und insbesondere hohen Umsatzsegmenten im

Streamingmarkt. Gewinner- und Verlierereffekte des digitalen Wandels im Musikmarkt hängen mit systemischen Strukturen zusammen.

Vielfalt im Streamingmarkt

Musikstreaming trägt in einigen Aspekten zur Vielfalt im deutschen Markt bei, etwa durch eine stärkere Genrebalance bei den umsatzstärksten Genres und der Förderung von Musikschaaffenden mit nationalem Repertoire, insbesondere im höchsten Umsatzsegment. Allerdings führt es in anderen Aspekten zu Einschränkungen, etwa bei bestimmten Genres, Newcomer:innen und Musikschaaffenden mit nationalem Repertoire unterhalb bestimmter Umsatzschwellen. Um derzeitig benachteiligte Genres und Künstler:innen stärker zu unterstützen, könnten gezielte Maßnahmen getroffen werden, wie die Anpassung der Vergütungsmodelle. Die Mehrheit (75 %) der Befragten bevorzugt ein nutzerzentriertes Vergütungsmodell. Als weitere Alternativen berechnet die Studie Mindeststreams, Superstar-Abgaben sowie Abgaben auf Katalogtitel und Re-Releases.

Arbeitsverdichtung und verändertes Tätigkeitsprofil

Ein zentraler Faktor zur Bewertung der Vergütung von Musikschaaffenden ist das veränderte Tätigkeitsprofil. Dieses ist geprägt von einer zunehmenden Arbeitsverdichtung – etwa durch den Fokus auf einzelne Titel statt auf Alben, häufigere Veröffentlichungen und in kürzeren Zeiträumen. Gleichzeitig stehen Musikschaaffende unter Druck, vielfältige Einkommensquellen auch außerhalb des Musikschaaffens zu erschließen, da die Gesamt- und Streamingeinnahmen oft gering ausfallen. Zusätzliche Herausforderungen, wie der Wegfall von Live-Musik, das Clubsterben sowie die Inflation, haben die Vergütungssituation von Musikschaaffenden verschärft.

Mangel an Transparenz

Transparenzdefizite im Streamingmarkt erschweren das Verständnis der Vergütungssituation von Musikschaaffenden. In der Befragung gaben 76 % der Musikschaaffenden an, ihre Musikstreamingeinnahmen entweder überhaupt nicht oder im Vergleich zu anderen Einnahmequellen wie Live-Auftritten und physischen Verkäufen schlechter nachvollziehen zu können. Komplexe Vertrags- und Lizenzketten, komplizierte Berechnungen der Umsatzverteilungen sowie der teilweise fehlende Zugang zu entscheidenden Vergütungsdaten machen es Musikschaaffenden schwierig, ihre Einnahmen umfassend nachzuvollziehen und effektiv zu überprüfen. Dadurch wird ihre Fähigkeit eingeschränkt, ihre Rechte und Interessen

wirkungsvoll zu vertreten.

Begrenzte Marktmacht

Die Vergütungssituation von Musikschaaffenden im Streamingmarkt ist im Kontext der vielfältigen Entwicklungen innerhalb und außerhalb der Musikindustrie zu betrachten. Sie wird jedoch maßgeblich von dominanten Akteuren wie Spotify und den Major-Labels sowie dynamischen, systemischen Strukturen bestimmt. Die propagierte Demokratisierung des Marktes hat nicht zu einer gleichwertigen Demokratisierung von Marktmacht geführt, da Musikschaaffende an zentralen Verhandlungen und Entscheidungen über die grundlegenden Strukturen des Streamingmarktes und damit über ihre Vergütung nur unzureichend beteiligt sind.

Politischer Handlungsbedarf

Es besteht politischer Handlungsbedarf, um Musikschaaffenden durch mehr Transparenz und geeignete regulatorische Rahmenbedingungen eine bessere Möglichkeit zur informierten Vertretung ihrer Rechte und Interessen zu bieten. Basierend auf dem Rechtsgutachten empfiehlt die Studie, § 32e UrhG zu erweitern sowie eine zentrale Streaming-Transparenzstelle (STS) einzurichten. Zudem sind verbindliche und einheitliche Metadatenstandards für Musiktitel bei den Streamingdiensten sinnvoll. Auch werden politische Anreize für Mindeststandards bei Honoraren und Verträgen mit Rechteinhabern sowie gezielte Fördermaßnahmen diskutiert.



**Ausschussdrucksache 21(22)66
vom 27. Oktober 2025**

Stellungnahme Spotify

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming



Stellungnahme von Spotify

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

Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages

24. Oktober 2025

Spotify, 2008 in Schweden gegründet, ist der weltweit größte Abo-Audio-Streamingdienst mit über 696M monatlich aktiven Benutzer:innen (MAUs) und 276M zahlenden Abonnent:innen (Stand Oktober 2025). Wir bieten Nutzer:innen On-Demand-Zugriff auf Musik, Podcasts und Hörbücher. Spotify ist in über 180 Märkten weltweit erhältlich, seit 2012 in Deutschland.

Wir danken dem Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages für die Einladung und begrüßen den fachlichen Austausch zu den Ergebnissen des Abschlussberichts zur Studie “Vergütung im deutschen Markt für Streaming” des Forschungsnetzwerks Digitale Kultur. Unser Dank geht ebenfalls an die Leiter:innen des Forschungsnetzwerks Digitale Kultur, Prof. Dr. Jana Costas und Prof. Dr. Patrick Vonderau für die wissenschaftliche Recherche, die ausführlichen Ergebnisse, und dafür, dass Spotify sich durch Interviews und Hintergrundgespräche an der Studie beteiligen durfte.

Streaming ist der Ausgangspunkt für das beeindruckende Wachstum der deutschen Musikbranche.

In erster Linie hat die Studie gezeigt: Musikstreaming trägt zum Wachstum der Musikbranche, zur Steigerung der Vergütung von Künstler:innen und zur Verbreitung und zum Erfolg von Musik aus Deutschland bei. Diese Ergebnisse spiegeln sich in Spotifys eigenen Datenerhebungen wider, wie unser Loud & Clear Bericht für Deutschland zeigt.

➤ **Die deutsche Musikbranche erzielt historische Erfolge, angetrieben durch Streaming.**

Die Musikbranche in Deutschland verzeichnet anhaltendes Wachstum und Rekordgewinne und es gibt keine Anzeichen für eine Trendumkehr. Im Zeitraum zwischen 2019 und 2024 stieg der Gesamtumsatz der Musikindustrie aus dem Musikverkauf um 46,64 %, die Erlöse aus dem Streaminggeschäft sogar um 84,46 %.¹ Im gleichen Zeitraum von fünf Jahren (2019-2024) stiegen die Erträge der GEMA aus Streaming um 67 %.² Die Streamingstudie bestätigt ein Gesamtwachstum des Marktes, das vor allem durch den Premium-Streamingmarkt angetrieben wird.

➤ **Spotify steht für faire und transparente Vergütung von Künstler:innen.**

¹ [BVMI. Musikindustrie in Zahlen 2024.](#)

² [GEMA. Geschäftsbericht 2019: GEMA. Geschäftsbericht 2024.](#)

[Rund zwei Drittel unserer Einnahmen aus dem Musikgeschäft fließen an Musikrechteinhaber:innen](#),³ darunter Musiklabels, Musikverlage und

Verwertungsgesellschaften. Im Jahr 2024 zahlten wir über 1,5 Milliarden Euro an europäische Rechteinhaber:innen aus. Unsere Lizenzpartner:innen vergüten Künstler:innen ihrerseits auf Basis individueller Verträge oder verteilen ihre Erträge an Komponist:innen und Songwriter:innen. Seit unserer Gründung im Jahr 2008 und unserem Start in Deutschland in 2012 hat Spotify maßgeblich zur Erholung der Musikbranche in Deutschland beigetragen, deren Wert sich von 2017 bis 2024 mehr als verdreifacht hat. Im Jahr 2024 erreichten die allein über Spotify generierten Lizenzzahlungen von deutschen Künstler:innen über 480 Millionen Euro, ein Anstieg von 17 % seit 2023.

➤ **Streaming befähigt mehr Künstler:innen als je zuvor zum Erfolg.**

Im Vergleich zu anderen Modellen des Musikvertriebs ermöglicht Streaming es mehr Künstler:innen auf jeder Karrierestufe, ein Publikum zu finden und den Durchbruch zu schaffen. Die Studie kam zum Schluss, dass Streaming die Veröffentlichung und Verbreitung von Musik deutlich zugänglicher gemacht hat. Der Markt ermöglicht es sowohl professionellen Künstler:innen als auch Amateurmusiker:innen, ihre Musik einem breiten Publikum zugänglich zu machen, was auf dem physischen Markt in dieser Form nicht möglich war. Die Zahl der deutschen Künstler:innen, die im Jahr 2024 allein über Spotify über 50.000 € an Lizenzzahlungen generiert hat, hat sich seit 2018 mehr als verfünffacht. Die Studie hebt hervor, dass in absoluten Zahlen mehr als doppelt so viele Künstler:innen allein mit Einnahmen aus Musikstreaming das Existenzminimum überschreiten als zu Zeiten der CD. Inflationsbereinigte Berechnungen zeigen zudem, dass es seit 2014 einen deutlichen Anstieg der Anzahl an Künstler:innen in den mittleren Umsatzsegmenten und insbesondere im höchsten Umsatzsegment (€ 1 Million und mehr) gibt.

➤ **Streaming trägt zum Erfolg des deutschen Repertoires bei.**

Musikstreamingdienste ermöglichen den Nutzer:innen den Zugriff auf eine breite Vielfalt an lokaler Musik und Genres auf Abruf. Die Mehrheit der umsatzstärksten Künstler:innen in Deutschland gehört zum deutschen Repertoire. Die Streamingstudie stellt fest, dass unter den 50 umsatzstärksten Künstler:innen im Gesamtmarkt insgesamt 27 und im Streamingmarkt 30 aus Deutschland stammen. Auf Spotify stammten 2024 mehr als zwei Drittel der Titel im täglichen Spotify Top 50 Deutschland von deutschen Künstler:innen. Im Jahr 2024, wurden auf Spotify 40% der in Deutschland insgesamt erzielten Lizenzzahlungen von deutschen Künstler:innen generiert. Zudem ist der Streaminganteil englischsprachiger Songs in den letzten Jahren zurückgegangen.⁴ Auf Spotify zählte deutschsprachige Musik 2024 weltweit zu den erfolgreichsten überhaupt. Durch deutschsprachige Musik generierte Lizenzzahlungen stiegen 2024 weltweit um 18% und haben sich seit 2020 mehr als verdoppelt.

➤ **Die Vielfalt steigt.**

Die Abonnent:innen von Audio-Streamingdiensten haben die vielfältigsten Hörgewohnheiten unter Hörer:innen aller Musikformate und eine höhere Bereitschaft, neue Genres zu entdecken. Der globale Charakter von Streamingdiensten bietet Künstler:innen unvergleichliche Möglichkeiten für kreative Zusammenarbeit und die globale Verbreitung ihrer

³ [Loud & Clear: How the Money Flows.](#)

⁴ [The Economist. What Spotify data show about the decline of English, 2022.](#)

Musik. Mehr als die Hälfte aller Lizenzzahlungen, die deutsche Künstler:innen im Jahr 2024 auf Spotify generierten, stammen von Indie-Künstler:innen oder -Labels. 2024 generierten Indie-Künstler:innen und -Labels auf Spotify weltweit zusammen mehr als €4,5 Milliarden – das entspricht in etwa der Hälfte der Spotify-Lizenzzahlungen insgesamt.

➤ **Künstler:innen verdienen Klarheit. Deshalb schafft Spotify Transparenz.**

Spotify ist zudem darum bemüht, ein hohes Maß an Transparenz zu schaffen. Wir stellen Künstler:innen und der Allgemeinheit Daten über Vergütung, Vielfalt, Empfehlungen und Auffindbarkeit zur Verfügung.⁵ Spotify beteiligt sich am Austausch mit der Branche, der Politik und der Forschung. Wir sind überzeugt, der beste Weg um weiterhin Wachstum für Künstler:innen und die gesamte Branche zu sichern, ist es die Bedürfnisse von Kulturschaffenden, Verbraucher:innen sowie die Wirtschaftsdaten von Streamingdiensten zu berücksichtigen.

➤ **Spotify unterstützt Künstler:innen durch Innovation bei der Entwicklung ihrer Karriere und dabei ein globales Publikum zu erreichen.**

Spotify stellt Musiker:innen ausgefeilte Datenanalysen und Tools zur Verfügung, die für Transparenz sorgen und Künstler:innen dabei helfen, zusätzliche Einnahmen zu generieren, zum Beispiel durch Tourneen und den Verkauf von Merchandise. Darüber hinaus betreibt Spotify eine Reihe von Initiativen, die aufstrebenden oder unterrepräsentierten Künstler:innen helfen, Bekanntheit zu erlangen.⁶

⁵ Spotify [Spotify for Artists](#).

⁶ Spotify, [Spotify for Artists](#).



**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. (BVM) 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 BVM 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.¹ Selbstverständlich existieren

¹ 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 Musikmachen 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“² 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).

² 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 Marktzutrittschranken** 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](#)"³ (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)**.

³ Oxford Economics 2024:

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.

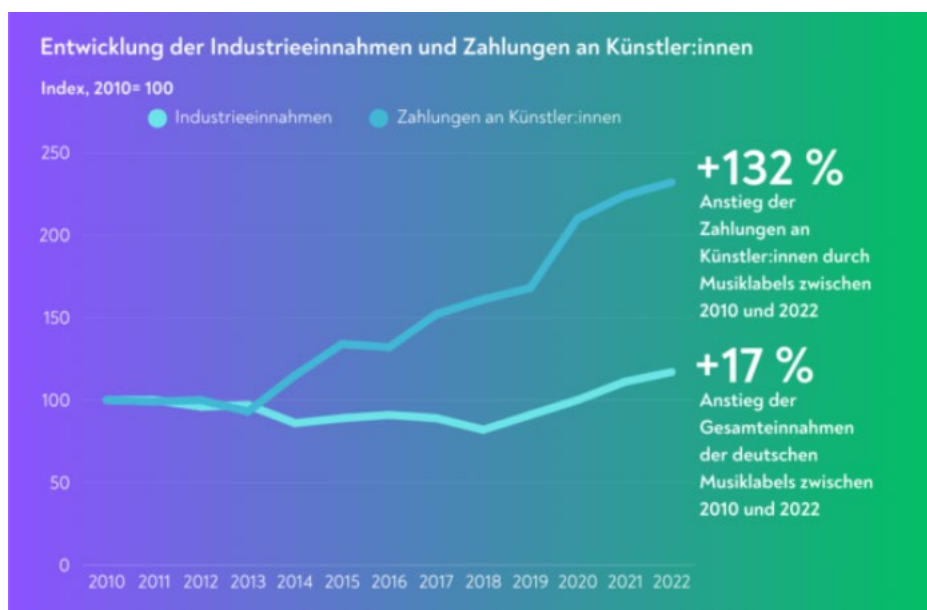


Abb. 1: Entwicklung der Einnahmen von Musikunternehmen und Auszahlungen an die Künstler (Quelle: Oxford Economics 2024)

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.

Streamingereinnahmen 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 BVM 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.⁴

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 Abbonnmentzahlen zu bedienen und Pro-Rata im Vergleich effizienter und fairer sei. Dabei ging Lei (2023) von einem uniformem Hörverhalten sowie davon aus, dass die Muskschaffenden selbst ihre Vergütung maximieren könnten, wenn sie die Präferenzen der Nutzer:innen strategisch bedienen.“
(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,

⁴ CMA Report 2022, S. 44:

https://assets.publishing.service.gov.uk/media/6384f43ee90e077898ccb48e/Music_and_streaming_final_report.pdf

gegebenenfalls gegenüber den Musikschaffenden 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 2025⁵).

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).⁶ 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.

⁵ 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/>

⁶ <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.

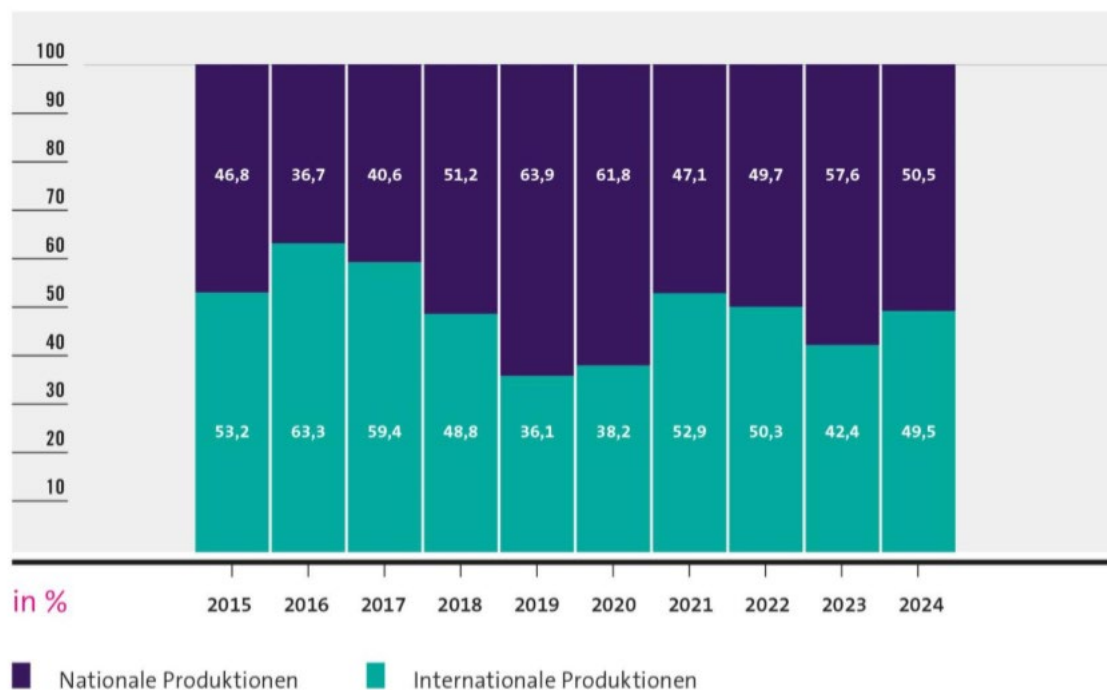


Abb. 2: Anteile nationaler und internationaler Single-Produktionen an den Top-100 Charts 2015-2024 (Quelle: Musik in Zahlen 2024⁷)

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

⁷ Musikindustrie in Zahlen 2024:

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



**Ausschussdrucksache 21(22)68
vom 27. Oktober 2025**

**Stellungnahme PRO MUSIK – Verband freier Musikschafter
(Mitglied der Initiative Urheberrecht)**

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

Köln, den 22.10.25

Stellungnahme Musikstreaming von PRO MUSIK für den Fachausschuss Kultur am 05.11.2025

Allgemeine Lage der Musikschafter in Deutschland:

Der Großteil der Musikschafter in Deutschland ist momentan großen Problemen ausgesetzt: Sinkende Ticketverkäufe im kleinen und mittleren Segment bei gleichzeitig z.T. massiven Preissteigerungen; Einnahmeverlusten durch KI-generierte Tracks; schrumpfenden Kulturhaushalte und damit Förderungen; i.d.R. marginale Ausschüttungen aus Musikstreaming.

Eine toxische Gemengelage, in der es vielen Musikschaftern nicht mehr möglich ist, ihrer Arbeit hauptberuflich nachzugehen oder sich zu professionalisieren. Das hat bereits jetzt unmittelbare Folgen für die kulturelle Vielfalt und wirtschaftliche Nachhaltigkeit in der Musikbranche.

Status Quo Musikstreaming

Die Musikwirtschaft boomt: In Deutschland betragen die Einnahmen aus dem Bereich Recorded (CDs, LPs, Downloads und Streaming) 2024 sagenhafte 2,38 Milliarden Euro. Mit 84,1% kam allein der digitale Umsatz erstmals auf mehr als 2 Milliarden Euro.

Die im Frühjahr 2025 veröffentlichte vom BKM geförderte Studie "Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming" von Jana Costas und Patrick Vonderau legt einen umfassenden Bericht zum Status Quo vor und belegt mit Zahlen, Zitaten und Zusammenfassungen anderer Studien zu diesem Thema eindrucksvoll, dass die Probleme vieler Musikschafter eben nicht nur vermeintliche Anekdoten sind, sondern auf belegbaren Fakten basieren.

75% der Umsätze entfallen auf 0,1% der Künstler*innen. 64% der Artists bekamen 2023 weniger als 1€ ausgeschüttet. 74% der Musikschaftern geben an unzufrieden mit ihren Einnahmen aus Musikstreaming zu sein. Neben den geringen Einnahmen aus dem Musikstreaming wird eine große Intransparenz bemängelt.

Auch der mit großer Mehrheit verabschiedete EU-Bericht vom 17.01.2024 stellte bereits fest, dass die Musiker*innen und Urheber*innen die wichtigste Triebkraft und das erste Glied in der Wertschöpfungskette sind, gleichzeitig aber nicht in ausreichender Weise anerkannt oder vergütet werden.

Es besteht Handlungsbedarf:

Der Markt für Musikstreaming ist in eine Schieflage gerutscht, in der kleine und mittlere Artists nicht in ausreichender Weise an den Ausschüttungen partizipieren. Künstleraufbau lohnt sich in den allermeisten Fällen nicht mehr und führt dazu, dass zu wenig Nachwuchs nachkommt.

Zu viel vom Kuchen bleibt bei einigen wenigen großen Akteuren, die sich nicht in angemessener Weise am Künstleraufbau beteiligen.

Hinzu kommt seit drei Jahren eine Schwemme an KI-generierten Stücken, die einen zunehmend großen Teil der Ausschüttungen erhalten, welche somit nicht an menschlichen Artists ausgeschüttet werden.

Wir brauchen eine angemessene Vergütung!

Grundlage für die Verbesserung ist ein umfassenderes Auskunftsrecht.

Die Rahmenverträge zwischen den Streaminganbietern und den Labels/Vertrieben sind nicht einsehbar und werden ohne Künstler*innenbeteiligung verhandelt. Darüber hinaus können die Artists ihre Lizenzabrechnung nicht angemessen überprüfen.

Während im physischen Bereich (CDs, LPs) der Händlerabgabepreis (HAP) von Label und Artist festgelegt wird (z.B. 12,50€ pro Einheit) und Lizenzabrechnungen z.B. mit GfK-Zahlen kontrolliert werden können, ist diese Möglichkeit auf Grund der längeren und internationalen Rechtekette im Musikstreaming nicht gegeben.

Wir brauchen transparente Rahmenverträge und die Möglichkeit die Ausschüttungen überprüfen zu können.

Wenn wir die weltweit einzigartige Musiklandschaft in Deutschland bewahren wollen, müssen wir diejenigen, auf denen sie aufbaut, in die Lage versetzen, ihren Beruf weiterhin ausüben zu können: Die Musiker*innen und die Komponist*innen.

Wir brauchen:

- Eine angemessene Vergütung sowohl für featured- (selbstbenannte) als auch für non-featured- (nicht- selbstbenannte) Artists
- Umfassendere Auskunftsansprüche von Musikschaaffenden und Komponist*innen gegenüber den Vertrieben und Streaminganbietern
- Beteiligung an Verhandlungen der Rahmenverträgen zwischen Streaminganbietern und Rechteinhabern (Vertriebe, Label, Verlage, etc.)
- Umfassende und zuverlässige Kennzeichnung von KI-generierter Musik
- Partizipation an den Einnahmen aus KI-generierter Musik für die Musiker*innen, Urheber*innen und Rechteinhaber

Transparenzbemerkung:

Sachverständiger für PRO MUSIK ist Co-Vorsitzender Christopher Annen. Als Musiker besteht bei ihm eine finanzielle Interessenverknüpfung in Bezug auf den Gegenstand der Beratungen.

Als Interessenvertretung ist PRO MUSIK Verband freier Musikschaaffender e.V. im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen unter der Registernummer R004702.



**Ausschussdrucksache 21(22)69
vom 27. Oktober 2025**

**Stellungnahme VUT – Verband unabhängiger
Musikunternehmer*innen**

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

VUT-Forderungen zum Streaming der Zukunft II

Stand: Oktober 2025

Das derzeitige Modell der Streaming-Abrechnung muss hinterfragt werden, da sie oft keine faire Vergütung für Künstler*innen garantiert. Vor diesem Hintergrund setzt sich der VUT – Verband unabhängiger Musikunternehmer*innen e. V. – für eine Reform des Streaming-Marktes ein, um eine transparentere, gerechtere und nachhaltigere Wirtschaftslage für Künstler*innen und Musikkonsument*innen zu schaffen. Im **Vordergrund stehen die mit Musikrechten generierten Einnahmen und deren Verteilung sowie weitere Forderungen bezüglich Transparenz, Vielfalt und Nachhaltigkeit im Musikstreaming.**

Die Herausforderungen sind vielfältig und verschärfen sich zunehmend. Allein auf Deezer werden täglich über 20.000 **reine KI-Songs** hochgeladen¹ – das entspricht 18 Prozent aller neuen Lieder. Bereits jetzt ist etwa jeder dritte neue Track KI-generiert. Die Top 10 KI-Artists auf Spotify haben 2025 zusammen über 463.000 Pfund verdient, wobei einzelne Acts mehr Hörer*innen erreichen als etablierte Künstler*innen.² ³Dabei stehen Künstler*innen bereits unter Druck, da ihre Werke **ohne Zustimmung oder Vergütung** für das Training von KI-Modellen genutzt wurden.

Das größte Problem besteht jedoch darin, dass von den Streamingplattformen nicht genügend Geld bei den Rechteinhabern ankommen. Nachgelagerte Verteilungsprobleme dürfen nicht von dieser grundlegenden Tatsache ablenken: **Angemessene Vergütung fängt nicht bei der Verteilung der vorhandenen Einnahmen an, sondern bei der Generierung von Einnahmen bei der Musikkonsumtion.** Die nutzungsgenaue Vergütung als Goldstandard wird untergraben, wenn Tech-Konzerne diktieren, ab wann sie überhaupt eine Vergütung für urheberrechtlich geschützte Werke entrichten.

Vergrößerung des „Kuchens“ anstatt Absenkung der Lizenzgebühren.....	1
Reformierung der Verteilung von Streaming-Einnahmen	2
Vielfalt, Transparenz sowie Nachhaltigkeit fördern	3

1 Vergrößerung des „Kuchens“ anstatt Absenkung der Lizenzgebühren

- ⇒ Die **Gesamteinnahmen** aus Streaming-Diensten müssen steigen (Stichwort „größerer Kuchen“). Dazu zählt eine beständige Anpassung der Abonnementgebühren an die Inflation und die täglich steigende Zahl verfügbarer Inhalte. Weiterhin dürfen keine (neuen) digitalpolitischen Schlupflöcher geöffnet werden. Nationale Sonderwege gilt es zu vermeiden.
- ⇒ Es darf **keine Reduzierung der Lizenzgebühren im** Austausch gegen verbesserte Plays (sog. „Pay-to-Play“) oder privilegierte Behandlung (z. B. auf Playlisten) durch Algorithmen oder andere Funktionen (sog. „Payola“) geben.

¹ Vgl. <https://www.srf.ch/news/wirtschaft/musik-und-ki-maschine-oder-mensch-musikbranche-deklariert-erstmalig-ki-lieder>

² Vgl. <https://www.digitaljournal.com/entertainment/how-ai-created-music-is-making-thousands-from-streaming-platforms/article>

³

- ⇒ **Rechtswidrige Aktivitäten** wie Streaming-Manipulation, Werblockierung, Stream-Ripping oder Betrug durch KI-Anwendung schmälern den Wert kreativer Arbeit. Es gilt, diese – ggf. auch mit KI-gestützten Maßnahmen – zu bekämpfen.
- ⇒ **Ungerechtfertigte Strafzahlungen** müssen unterbunden werden: Spotify erhebt seit 2024 Strafzahlungen für vermeintliche künstliche Streams (Bot-Streams). Diese Gebühr wird über die Vertriebspartner an die Labels und Künstler*innen weitergegeben und kann zu Entnahmen der betreffenden Streams aus den offiziellen Berichten und Statistiken sowie zur Deaktivierung von Inhalten führen. Diese werden jedoch auch ungerechtfertigt erhoben, wenn Dritte in Konkurrenzsituationen ohne Wissen der Betroffenen künstliche Streams kaufen, um gezielt Strafen auszulösen. Strafzahlungen werden so zum Instrument von Machtkämpfen und dienen der Ertragslage der Plattform. Besonders bedenklich: Spotify liefert Betroffenen weder Daten noch Beweise. Musikschafter sind damit intransparenter Willkür ausgeliefert.

2 Reformierung der Verteilung von Streaming-Einnahmen

- ⇒ Schwellenwerte für den Zugang zu Monetarisierungsmechanismen dürfen kleinen Labels und kleinen Märkten nicht schaden. Eine willkürlich von Spotify eingeführte Stream-Schwelle ab 2024 setzt den **Goldstandard der nutzungsbasierten Vergütung** außer Kraft⁴: Tracks mit weniger als 1.000 Streams in 12 Monaten werden nicht mehr vergütet – unabhängig davon, ob Hörer*innen diese bewusst hören. Dies betrifft insbesondere Newcomer*innen, Nischenrepertoire und regionale Künstler*innen und birgt die Gefahr der Demotivation aufstrebender Talente sowie schwindender kultureller Vielfalt.
- ⇒ Labels sollen ihren Künstler*innen eine faire und zeitgemäße Vergütung zahlen, Vorbild dafür ist die „Fair Digital Deals Declaration“⁵ des Worldwide Independent Network (WIN). Der VUT verhandelt derzeit mit der Musiker*innenvertretung Pro Musik über gemeinsame Vergütungsregeln (§ 36 UrhG) zur Verwertung von Leistungsschutzrechten im Audiostreaming. Solchen **brancheninternen Einigungen sollte Vorrang** vor politischen Lösungsversuchen gegeben werden, um Kollateralschäden aufgrund mangelnder Erkenntnis über die Praxis zu vermeiden.
- ⇒ Es sollte ein (noch genauer zu definierendes) nutzerbasiertes Abrechnungsmodell (**User Centric Payment System**, kurz UCPS) eingeführt werden.
- ⇒ **Active Engagement Model**: Künstler*innen sollten durch eine bessere Vergütung entsprechender Titel ermutigt werden, das aktive Fan-Engagement zu fördern. Ein solches Engagement liegt vor, wenn Hörer*innen Künstler*innen-, Titel- oder Albumnamen gezielt gesucht bzw. gefunden haben oder wenn sie Titel gespeichert, „liken“ oder vorbestellen.
- ⇒ **Fan Participation Model**: Rechteinhaber soll es ermöglicht werden, innerhalb der Dienste neue Einnahmen durch die direkte Beziehung zu den Fans zu erschließen. Denkbar sind besondere Zugänge zu weiteren Tracks, zu besserer Klangqualität oder anderen Funktionen.
- ⇒ **Pro Rata Temporis Model**: Das Wertungleichgewicht zuungunsten längerer Tracks soll beseitigt werden. Dabei sind mehrere Abrechnungsmodelle denkbar: sekundengenau; Intervalle von 10 oder 30 Sekunden; erste 30 Sekunden bis 5 Minuten danach weitere Vergütungen in je 5-Minuten-Intervallen.

⁴ Wer mit der Nutzung geldwerte Vorteile erzielt, muss den Urheber des genutzten Werkes angemessen vergüten (vgl. BT-Drs. 14/6433, 15; Dreier/Schulze/Mantz, 8. Aufl. 2025, UrhG § 32 Rn. 62)

⁵ <https://winformusic.org/fair-digital-deals/>

3 Transparenz, Vielfalt sowie Nachhaltigkeit fördern

- ⇒ Die **mangelhafte Transparenz** in Bezug auf Abrechnungs- und Musiknutzungsdaten zeigt sich nicht zuletzt auch in allen bisher veröffentlichten Streaming-Studien.
- ⇒ Wichtig wäre ein transparentes und schnelles **Reporting**, um Entscheidungen der Plattformen besser nachvollziehen und gemeinsam, beispielsweise gegen Betrug, verstärkt vorzugehen. Ebenso zeigen sich Plattformen gegenüber den Rechteinhabern bei der Koppelung von aktuellen demografischen Hörer*innen-Daten mit den Abrechnungsdaten intransparent, obwohl diese beispielsweise bei „Spotify for Artists“ technisch möglich zusammengeführt werden.
- ⇒ Sofern weiterhin keine faire und transparente Ausschüttung erreicht werden kann, sollten Streamingplattformen mit einer **Plattformabgabe** belegt werden, die gezielt an unabhängige Rechteinhaber und vorrangig Newcomer ausgezahlt wird. Diese aktuell diskutierten Vorschläge sollten jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine Plattformabgabe lediglich Symptome derzeitiger Probleme der Streamingvergütung behandelt und das Problem eventuell lediglich verlagert.
- ⇒ Die **Such- und Filterfunktionen** nach Interpret*innen, Komponist*innen, Produzent*innen, Labels und Verlagen sollten ausgebaut werden.
- ⇒ **Lokales Repertoire** und lokale Sprachen sollten gefördert werden und Playlisten sowie andere Funktionen besser auf die lokalen Märkte angepasst sowie Übersetzungen von Titeln in verschiedenen Sprachen verfügbar gemacht werden.
- ⇒ Die **Zusammenarbeit** verschiedener Labels sollte (beispielsweise über Merlin) gefördert werden, um sicherzustellen, dass die Entwicklung von redaktionellen Algorithmen die Vielfalt, das lokale Repertoire und die Möglichkeiten zur Entdeckung von Künstler*innen nicht negativ beeinflussen.
- ⇒ Gemeinsam sollten Plattformen und Musikunternehmer*innen den **CO2-Fußabdruck** für digitale Musik bewerten und reduzieren.



**Ausschussdrucksache 21(22)70
vom 27. Oktober 2025**

**Stellungnahme Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und
mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA)**

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

Öffentliches Fachgespräch „Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming“ – Stellungnahme der GEMA



27. Oktober 2025

Musik ist heute so zugänglich, individuell nutzbar und preisgünstig wie nie zuvor. Inzwischen nutzen rund 60 Prozent der Deutschen Musik-Streaming-Dienste¹. Damit ist Musikstreaming in Deutschland ein Milliardenmarkt, mit weiter steigender Tendenz. Gleichzeitig wächst die Kritik, dass Musikschaffende bislang nicht ausreichend am wirtschaftlichen Erfolg des Streamings partizipieren und erhebliche Ungleichgewichte bei der Erlösverteilung bestehen.

1. Streaming-Wachstum auf dem Rücken der Musikschaffenden

Streaming-Dienste konnten in den vergangenen Jahren eine stetig wachsende Nutzerbasis aufbauen, die täglich auf ein immer größeres Musikangebot zugreifen kann. Doch trotz steigender Abonnentenzahlen und Umsätze der Streaming-Dienste bleiben die Vergütungen der Musikschaffenden weit hinter dieser Entwicklung zurück. Im Ergebnis wird Musik heute häufiger gehört als je zuvor, aber sie ist im Verhältnis dazu immer weniger wert. Das Wachstum des Streaming-Marktes wurde damit zum Teil auf dem Rücken der Musikschaffenden erzielt.

Der Trend zu Multi-User-Angeboten, bei denen sich mehrere Personen einen Account teilen, verstärkt den Druck auf die Vergütungssysteme. Zugleich entwickeln viele Streaming-Dienste ihr Angebot zunehmend in die Breite: weg von der Musik als Kernprodukt hin zu Podcasts, Hörbüchern, Games oder Videos. Diese Entwicklung wird häufig als Vorwand genutzt, um das Vergütungsniveau für Musikschaffende weiter zu senken. Preissteigerungen kommen vor allem den neuen Inhaltsformaten zugute, während die Musikschaffenden von den zusätzlichen Einnahmen kaum profitieren. Die GEMA stellt sich klar gegen diese Tendenzen, da sie die wirtschaftliche Grundlage der Musikschaffenden untergraben und die kulturelle Vielfalt gefährden.

Auch die Politik ist gefordert, ein klares Signal zu senden: Es ist die Verantwortung der Streamingdienste, ihre Erlösstrukturen und Vergütungsmodelle so auszugestalten, dass die Musikschaffenden, als Ursprung und Basis des gesamten Ökosystems, fair am wirtschaftlichen Erfolg des Streamings teilhaben. Nur wenn Musik ihren Wert behält, kann Audio-Streaming ein nachhaltiges Modell für alle Beteiligten sein.

2. Massive Ungleichgewichte bei der Erlösverteilung

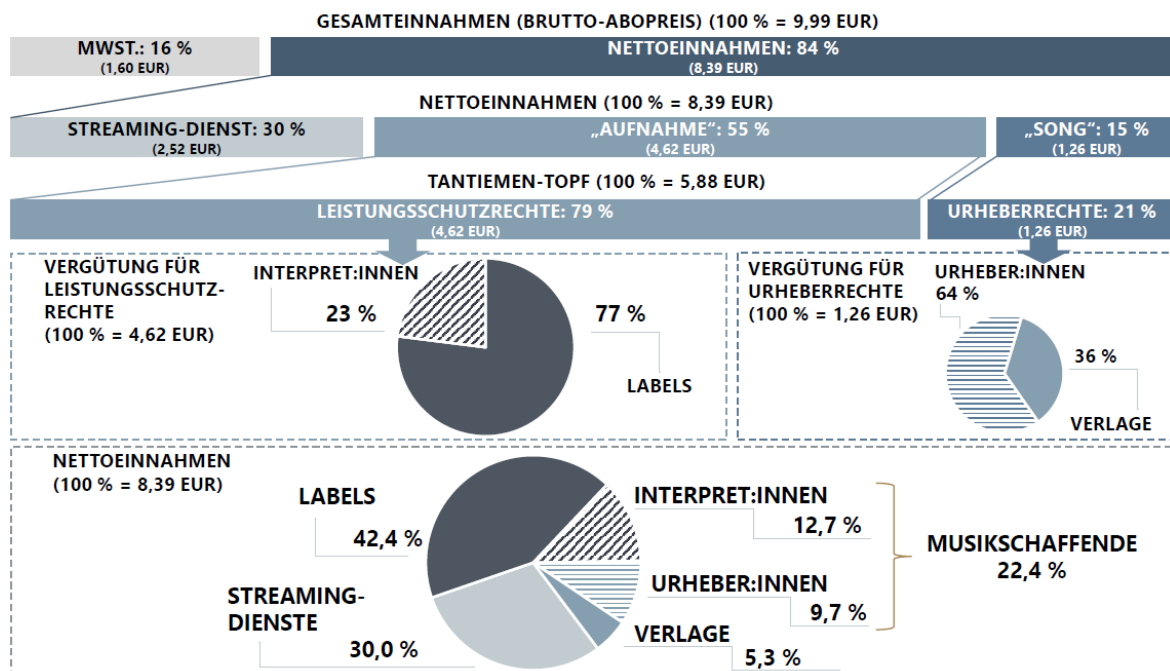
Zahlreiche Studien haben in den vergangenen Jahren erhebliche strukturelle Ungleichgewichte im Musikstreaming-Markt offengelegt². Die Verteilung der Streaming-Erlöse bleibt unausgewogen zu Lasten der Musikschaffenden, insbesondere der Urheberinnen und Urheber.

¹ Online-Audio-Monitor 2023, <https://www.lfk.de/forschung/online-audio-monitor/online-audio-monitor-2023>

² Vgl. Goldmedia, „Musikstreaming in Deutschland: Erlössituation im deutschen Musikstreaming-Markt 2022“, September 2022, Studie im Auftrag der GEMA, S. 21, S. 27f, <https://www.gema.de/aktuelles/streaming>;
Vgl. Economics of Music Streaming, House of Commons, Juli 2021, siehe insbesondere Übersicht auf S. 17, <https://committees.parliament.uk/publications/6739/documents/72525/default/>

Ein zentrales Problem liegt in dem anhaltenden Missverhältnis zwischen den Erlösen aus Urheberrechten und jenen aus Leistungsschutzrechten. Die kreative Grundlage der Streaming-Ökonomie – der Song bzw. das Werk – wird im bestehenden System weiterhin deutlich unterbewertet. Die schöpferische Leistung der Urheberinnen und Urheber bildet den Ausgangspunkt der gesamten Wertschöpfung, spiegelt sich jedoch nicht in einer angemessenen Beteiligung am ökonomischen Erfolg des Streamings wider. Obwohl viele große Streaming-Anbieter in den vergangenen Jahren ihre Abonnementpreise spürbar erhöht haben, hat dieses zusätzliche Wachstum an den bestehenden Ungleichgewichten kaum etwas verändert.

ZUSAMMENFASSUNG: VERGÜTUNG IM MUSIKSTREAMING



Quelle: Goldmedia, „Musikstreaming in Deutschland“, September 2022, S. 6

Vor diesem Hintergrund ist es zu begrüßen, dass das Europäische Parlament in seiner Resolution vom Januar 2024 die bestehenden Ungleichgewichte bei der Verteilung der Streaming-Erlöse klar benennt (vgl. Ziffern 1–5 des Berichts)³. Die Europäische Kommission wird aufgefordert, „Fort-schritte in dieser Hinsicht zu überwachen und zu fördern sowie geeignete politische Vorschläge zu prüfen, falls dies nicht durch freiwillige Initiativen der Interessenträger wirksam angegangen wird“. Nun liegt es an der Europäischen Kommission, die Vorschläge umzusetzen und gemeinsam mit den Mitgliedstaaten sowie den Marktakteuren dafür zu sorgen, dass die Ungleichgewichte im Streaming-Markt abgebaut werden.

3. Transparenz und kulturelle Vielfalt stärken

Der Zugang zu kreativen Inhalten konzentriert sich zunehmend auf einige wenige Plattformen im Streaming-Markt. Diese Anbieter entscheiden allein über Auswahl, Platzierung und Präsentation

³ Entschließung des Europäischen Parlaments vom 17. Januar 2024 zur kulturellen Vielfalt und den Bedingungen für Urheber auf dem europäischen Markt für Musikstreaming, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0020_DE.html

der Inhalte. Playlists und algorithmusbasierte Musikempfehlungen haben heute einen maßgeblichen Einfluss auf Reichweite, Sichtbarkeit und wirtschaftlichen Erfolg von Musikschaffenden.

Die Kriterien, nach denen Playlists zusammengestellt oder Empfehlungen generiert werden, sind für Musikschaffende weitgehend intransparent. Zudem besteht die Möglichkeit der Beeinflussung solcher Mechanismen durch vertragliche Vereinbarungen oder monetäre Anreize. Über mehr Transparenz hinaus braucht es im Sinne der Chancengleichheit auch gezielte Maßnahmen, um die europäische Musikvielfalt im Streaming-Bereich zu fördern und ihre Sichtbarkeit zu stärken.

Das Europäische Parlament hat in seiner Resolution ausdrücklich gesetzgeberische Maßnahmen zur Verbesserung der Transparenz von Algorithmen sowie zur besseren Auffindbarkeit europäischer Musikwerke gefordert (vgl. Ziffern 18, 24, 31)⁴. Durch die Zunahme an KI-generierten Inhalten werden solche Instrumente in Zukunft noch viel wichtiger werden.

4. Substitutionseffekte durch generative KI eindämmen

Mit Hilfe generativer KI-Tools lassen sich heute in kürzester Zeit massenhaft Tracks erzeugen und auf Streamingplattformen hochladen. KI-generierte Inhalte treten so zunehmend in direkte Konkurrenz zu menschlich geschaffenen Werken und verdrängen diese in Playlists und Suchergebnissen und in der Folge auch bei Nutzungen und Vergütungen. Nach Angaben von Deezer sind bereits rund 28 Prozent aller Uploads auf der Plattform rein KI-generiert⁵. Aktuelle Studien zeigen, dass Musikschaffende durch den Einsatz solcher Inhalte mit Einnahmeverlusten von bis zu 27% Prozent rechnen müssen⁶.

Wo KI-generierte Inhalte in direkte Konkurrenz zu urheberrechtlich geschützten Werken treten und diese faktisch substituieren, muss die Entwicklung fairer Vergütungsmodelle in den Mittelpunkt rücken, die den Beitrag menschlicher Kreativität an KI-generierten Inhalten sichtbar machen und wirtschaftlich abbilden.

5. Streaming Fraud bekämpfen

Manipulationen durch Fake-Streams, Bot-Aktivitäten und Klickfarmen untergraben das Vertrauen in das gesamte Streaming-Ökosystem. Zunehmend wird Streaming Fraud auch durch neue Technologien befeuert: Mit generativer KI produzierte Tracks werden teilweise gezielt eingesetzt, um Abrufzahlen zu manipulieren oder künstlich Playlists zu füllen. Musikschaffende werden hierdurch direkt finanziell geschädigt, da Marktanteile reduziert werden und Gelder, die eigentlich an sie gehen müssten bei den Fake-Stream Accounts landen.

In diesem Kontext ist darauf hinzuweisen, dass Rechteinhaber zur Verfolgung von Streaming Fraud auf die Daten der Streaming-Plattformen angewiesen sind.

Der EU AI Act sieht zurecht umfassende Transparenzpflichten für KI-generierte Inhalte vor. Diese Vorgaben müssen konsequent auch im Musikbereich umgesetzt und durchgesetzt werden.

⁴ Entschließung des Europäischen Parlaments vom 17. Januar 2024 zur kulturellen Vielfalt und den Bedingungen für Urheber auf dem europäischen Markt für Musikstreaming, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0020_DE.html

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

⁶ Vgl. Goldmedia, „KI und Musik: Generative Künstliche Intelligenz in der Musikbranche“, Januar 2024, Studie im Auftrag von GEMA und SACEM, <https://www.gema.de/de/aktuelles/ki-studie>

Plattformen sollten verpflichtet werden, KI-generierte Musik eindeutig zu kennzeichnen und wirksame Maßnahmen zur Erkennung und Vermeidung von Streaming-Betrug zu implementieren, einschließlich transparenter Berichtspflichten gegenüber Rechteinhabern und klarer Richtlinien zum Umgang mit KI-erzeugten Inhalten.

6. Total-Buyout-Verträge verhindern

Auch beim Videostreaming sehen sich Musikschafter mit Herausforderungen konfrontiert. Während der Videostreaming-Markt weltweit boomt, werden Musikschafter aus Europa von den internationalen Branchenriesen zunehmend zu Total-Buyout-Verträgen nach US-amerikanischem Recht gedrängt, d.h. zum vollständigen Ausverkauf ihrer Rechte an einem Musikwerk gegen eine pauschale Einmalzahlung und damit zum unwiderruflichen Verzicht auf jegliche Tantiemen für sämtliche zukünftige Nutzungen des eigenen Werks. Buyout-Verträge stehen dem EU-rechtlich verankerten „Grundsatz der angemessenen und verhältnismäßigen Vergütung“ (Art. 18 DSM-Richtlinie) diametral entgegen und müssen auf europäischer Ebene eingedämmt werden. Es darf nicht sein, dass die Branchenriesen aus den USA europäische Vorgaben zum Schutz der Kreativen einfach aushebeln können.



**Ausschussdrucksache 21(22)71
vom 28. Oktober 2025**

Stellungnahme Balbina

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

FAIRER MUSIKSTREAMING-MARKT = FUNKTIONIERENDE WERTSCHÖPFUNG

Der Musikmarkt ist Wirtschaft.
Eine der ältesten, lebendigsten und innovativsten Branchen der Welt.

Menschen zahlen für Musik. Die Umsätze steigen, die Nachfrage wächst.
Der Markt funktioniert – aber seine Verteilung nicht.

Künstler:innen investieren, entwickeln, schaffen Werte – doch sie werden heute nicht nach dem Wert ihrer Arbeit bezahlt, sondern danach, wie oft ihre Musik abgespielt wird.

Das ist kein Marktmechanismus.
Es ist ein System, das Wert aus algorithmisch erzeugter Abspielhäufigkeit ableitet – nicht aus bewusster Nachfrage.
Als wäre Wiederholung gleich Bedeutung.

Doch in jedem anderen Markt existiert Vielfalt der Bewertung: Seltenheit, Investition, Qualität, kulturelle Relevanz oder die bewusste Kaufentscheidung haben dort ihren eigenen Wert.

Denken Sie an die bildende Kunst: Ein Werk kann jahrelang in einem Depot stehen, kaum jemand sieht es – und doch kann es Millionen wert sein. Das ist Kapitalismus. Das ist freie Marktwirtschaft. Im Streaming dagegen wurde diese Differenz abgeschafft.

Musiker:innen sind heute kleine Unternehmen.
Sie produzieren, vermarkten, investieren und beschäftigen Teams – sie prägen den Mittelstand der Musikwirtschaft.
Genau dort liegt die Verantwortung der Politik: faire Rahmenbedingungen zu schaffen für diejenigen, die Inhalte und Arbeitsplätze zugleich generieren.

Deutschland hat mit **§ 32d und § 32e Urheberrechtsgesetz** bereits gute rechtliche Grundlagen geschaffen.
Doch sie greifen nicht – weil unklare Begriffe und fehlende Datentransparenz ihre Wirkung verhindern.

In der Praxis zeigt sich hier ein strukturelles Paradox:
Diese Paragraphen sollen Transparenz und faire Vergütung sichern, verlangen aber Nachweise, die ohne Transparenz nicht erbracht werden können. Urheber:innen müssen nachweisen, dass ihre Vergütung „unverhältnismäßig niedrig“ ist, doch um das zu beurteilen, bräuchten sie Einblick in die Daten, die genau diese Verhältnismäßigkeit belegen oder widerlegen. Diese Informationen liegen ausschließlich bei den Plattformen und Lizenznehmern.
Ein Gesetz, das Transparenz sichern soll, setzt Transparenz also voraus – und bleibt dadurch wirkungslos, obwohl seine Zielrichtung richtig ist.

Darum schlage ich drei einfache, marktkonforme Schritte vor, um die oben genannten Paragraphen zu verbessern:

1: Definieren

Die Begriffe „**angemessene Vergütung**“ (nach § 32 und § 32a UrhG) sowie „**unverhältnismäßig**“ (nach § 32d UrhG) müssen sowohl **innerhalb des Verteilungssystems** als auch im **gesamtwirtschaftlichen Verhältnis** neu gefasst werden.
Es reicht nicht, einzelne Verträge zu prüfen – entscheidend ist, ob der **gesamtwirtschaftliche Anteil der Urheber:innen und der Leistungsschutzträger:innen** im Verhältnis zu den Gesamterlösen des Marktes noch vertretbar ist.

2: Einbeziehen

Die Auskunftspflicht sollte Musikstreaming-Plattformen einschließen, um Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu schaffen.

3: Offenlegen

Um das bestehende **Transparenz-Paradox** zu durchbrechen, müssen die Ergebnisse dieser Auskünfte **regelmäßig und öffentlich** berichtet werden – beispielsweise in Form eines jährlichen Markttransparenzberichts. Nur wenn nachvollziehbar ist, **wo und wie Werte entstehen**, kann über faire Verteilung sachlich entschieden werden.

**Ein gerechter Markt ist kein Kostenfaktor –
er ist ein Wachstumsfaktor.**

Balbina – Popmusikerin*
Berlin, 27. Oktober 2025

*Eingereicht an den Kulturausschuss des Deutschen Bundestags. Hinweis gemäß § 70 Abs. 6 GO-BT (finanzielle Interessenverknüpfungen):
Ich bin als selbstständige Popmusikerin in der Musikwirtschaft tätig und damit unmittelbar von den in dieser Stellungnahme behandelten Marktmechanismen betroffen.
Meine Perspektive beruht auf praktischer Erfahrung aus über zwanzig Jahren Berufstätigkeit im deutschen Musikmarkt.



**Ausschussdrucksache 21(22)73
vom 30. Oktober 2025**

Stellungnahme Initiative Musik

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

Initiative Musik gGmbH
Friedrichstr. 122
10117 Berlin

Berlin, d. 30.10.2025

Stellungnahme zum Thema “Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming”

Als zentrale Fördereinrichtung und Plattform für Populärmusik und Jazz in Deutschland versteht sich die Initiative Musik als Ermöglicherin und Katalysatorin von individuellen Karrieren, die zu unserer kollektiven Kultur beitragen und damit den deutschen Musikmarkt als einen der größten der Welt buchstäblich gesprochen auf der internationalen Bühne repräsentieren. Neben Live- und Strukturförderungen bieten wir vor allem Programme für Musikschafter an, die an der Grenze zur Professionalisierung stehen und damit kurz davor sind, unser Kulturleben mit ihren künstlerischen Beiträgen nachhaltig zu prägen. Wir sehen in diesem Sinne jede Förderung als Investition in die Zukunft – die einer vielfältigen und diskursstarken Musikwelt, einer gemeinschaftlichen Kultur und einem Austausch über unsere Landesgrenzen hinaus dient.

In den vergangenen Jahren war es wichtiger denn je, diese Investitionen zu tätigen. Die Förderbedarfe sind an den Herausforderungen gewachsen. Die Zeiten des rasenden Stillstands in den ersten zwei Pandemie Jahren gingen nahtlos in eine Ära der multiplen Krisen über. Inflation, Energiekrise, Personalknappheit, ein verändertes Konsumverhalten und eine tiefgreifende Unsicherheit machten vor allem den Livemusik- und Festivalbranchen zu schaffen. Begriffe wie „Clubsterben“ oder „Marktbereinigung“ werden heute mit einer Selbstverständlichkeit verwendet, die noch vor wenigen Jahren undenkbar gewesen wäre. Wenn Spielstätten schließen und Festivals unter massivem wirtschaftlichem Druck ihren Abschied verkünden oder zumindest am Programm sparen und lieber zugstarke Headliner-Acts buchen als aufstrebenden Musikerinnen und Musikern eine Chance zu geben, erzeugt das einen Dominoeffekt.

Für Musikschafter stellt jede kleine Bühne eine Treppenstufe dar, über die sie an das Ziel gelangen, zu dem wir sie begleiten wollen. Jede Tour, jeder Festivalauftritt gibt ihnen die Gelegenheit, ein neues Publikum für sich zu begeistern und finanzielle Mittel aufzutreiben, mithilfe derer sie die nächste Stufe erklimmen können – ob das nun bestimmtes Equipment, das Marketing-Budget oder doch Gelder für die Aufnahme neuer Musik umfasst. Heutzutage dienen solche Aufnahmen, ob Singles oder ganze Alben, vorrangig dazu, wieder auf Tour gehen zu

1

können oder bei Festivals aufzutreten. Wenn aber diese Bühnen sukzessive wegzubrechen drohen, entsteht ein Teufelskreis. Er bedroht das musikalische Ökosystem in seiner Vielfalt und Zukunftsfähigkeit. Denn was passiert, wenn der Nachwuchs nicht mehr nachkommt?

Dann verarmt die Musikwelt nicht nur kulturell, sondern auch wirtschaftlich. Obwohl sich die Initiative Musik nicht primär mit Fragen von Vergütung und Transparenz im Streamingumfeld auseinandersetzt, hängen sie also essenziell mit unserer Arbeit zusammen. Denn die Wertschöpfung von Rechten an musikalischen Kompositionen und Aufnahmen von Musik ist in den vergangenen Jahren für aufstrebende Musikschafter zunehmend zum Risikofaktor geworden, statt ein Sicherheitsnetz darzustellen. Streaming war der Motor, der nach einer fundamentalen Krise der Musikindustrie eine beispiellose wirtschaftliche Erholung angetrieben hat. Doch so imposant die Bilanzen heutzutage teilweise ausfallen, sind es vor allem die am Anfang stehenden und mittelgroßen Acts, die nicht ausreichend am Streaming partizipieren.

Streaming kann für manche Musiker:innen zu einem Erfolgsmodell werden, sie sind meist nicht in der Mehrheit. Spotify z. B. schüttet seit neuestem nur noch ab tausend Plays pro Jahr Tantiemen für ein Musikstück aus. Deezer vergütet Streams mehr, sofern die betreffenden Artists im Monat mindestens 1.000 Plays von 500 verschiedenen Menschen erhalten. Bei Apple Music werden die Plays von Musikschaftern höher bewertet, die ihre Musik mit Dolby-Atmos-Sound anbieten.

Diese Maßnahmen werden damit begründet, vor allem „professionellen Künstler:innen“ zugute zu kommen, wie es bei Deezer heißt. So komplex die Lizenzierung von Musik im Streamingumfeld auch sein mag, dürfen die Bedürfnisse junger Künstler:innen nicht übersehen werden.

Fragen nach Vergütung im Streamingumfeld beschäftigen also auch die Initiative Musik als Ermöglicherin von individuellen Karrieren, die zu unserer kollektiven Kultur dazugehören – sollen, ja müssen. Jede Förderung als Investition in die Zukunft einzelner Musikschafter wird zugleich umso wichtiger und doch riskanter, weil der Kreislauf aus verschiedenen Wertschöpfungsketten sich in den letzten Jahren so erheblich verändert hat und den Nachwuchs herausfordert. Wir sehen uns deshalb auch als Fördereinrichtung des Bundes damit konfrontiert in der Zukunft intelligent aufstrebende Artists zu unterstützen und sie auf dem Weg ihrer Karrieren bestmöglich und modern zu begleiten.



**Ausschussdrucksache 21(22)72
vom 28. Oktober 2025**

Stellungnahme Initiative Urheberrecht

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

Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming

Stellungnahme der Initiative Urheberrecht zum Musikstreaming

Fachgespräch „Faire Vergütung und Transparenz im Musikstreaming“ des Bundestagauschusses für Kultur und Medien am 5.11.2025

Streaming existiert als Distributionsweg in mehreren Branchen und Sektoren der Kultur- und Kreativwirtschaft, mittlerweile ist er auch der meistgenutzte. Die konkreten wirtschaftlichen Strukturen und rechtlichen Zusammenhänge unterscheiden sich zwischen den Sektoren häufig stark.

So ist Musik zwar Teil von Film-/Video, der Videostreaming-Markt ist zugleich aber noch einmal um einiges komplexer. Diese Stellungnahme beschäftigt sich mit Musikstreaming, wobei anzumerken ist, dass der sog. „Audiomarkt“, also der stark wachsende Markt für Hörbücher und Hörspiele wie auch Podcasts, Ähnlichkeiten zum Musik-Segment „Recorded“ aufweist, sich hinsichtlich der Markt- und Lizenzierungspraxis aber fundamental unterscheidet.

Den Fokus richtet diese Stellungnahme auf die Themen Transparenz und angemessene Vergütung - für alle Beteiligten und auch in langen Rechteketten – des Musikstreamings.

Vorbemerkung

Die zwei Hauptsäulen des Musikmarkts sind die beiden Bereiche „LIVE“ und „RECORDED“. Der Online- und damit der Musikstreaming-Markt gehört also zu dem zweiten und ist ein Markt, auf dem musikalische Werke (Komposition/Text) nur in Form von Aufnahmen (*Recordings*) verwertet werden können. Auf den Aufnahmen zu hören sind die ausübenden Künstler:innen (*Musiker:innen*), welche die Werke interpretieren.

Die Rechte an Songs und Musikstücken liegen in zwei verschiedenen Bereichen und werden auch getrennt vergütet. Es sind

- die Urheberrechte der Komponist:innen und der Textdichter:innen und
- die Leistungsschutzrechte der ausführenden Musikerinnen und die bei der Aufnahme entstehenden Produzenten- oder Masterrechte.

(mehr zu den verschiedenen Rollen und Rechten weiter unten)

Immer wieder ist zu hören, Streaming sei „Werbung“ für die Berechtigten; Geld verdiene man heute auf der Bühne – dem ist nicht so! Im Übrigen werden die weggebrochenen Einnahmen aus dem CD-Verkauf in diesen Situationsbeschreibungen in der Regel nicht erwähnt (Zahlenmaterial auf Seite 3).

Der Komponist Dr. Anselm Kreuzer, Vorstandsmitglied der European Composer and Songwriter Alliance (ECSA), hat sich im April 2020 - genau ein Jahr nach der Abstimmung über die EU-Urheberrechts-Richtlinie und inmitten des ersten Corona-Lockdowns auf Facebook dazu wie folgt geäußert:

Spätestens in dieser Sondersituation sollte (nochmals) klar werden, dass Live-Erlöse kein Ersatz für faire Beteiligungen an Digital-Erlösen sein können. Wer es schon aus irgendwelchen Gründen ideell nicht verstehen möchte, kann es zumindest wirtschaftlich verstehen: Wenn große Digitalplattformen angemessen für Werknutzungen vergüten, rutschen weniger Urheber in den wirtschaftlichen Abgrund, was der Allgemeinheit zu Gute kommt, weil dann weniger Ausgleich notwendig ist. Der Markt der digitalen Nutzungen ist eigenständig und muss in sich selbst fair funktionieren. Eine Aufrechnung mit anderen Sektoren des künstlerischen Schaffens ist schlicht faul!¹

Über 5 Jahre nach Beginn der Corona-Krise ist die Widerstandsfähigkeit und Motivation der Basis aufgrund der globalen Entwicklungen (insbesondere Streaming-Bedingungen und Generative KI) sowie der Vor-Ort-Situation (vor allem die verschärft kritischen Live-Bedingungen) vollständig verbraucht. Die Relevanz dieser Aussage hat sich insofern weiter verstärkt.

Der Markt und die Beteiligten

Der Musikmarkt ist sehr international aufgestellt, ist insbesondere US-amerikanisch geprägt, so entfielen vom Umsatz der „Top 100“ 67,5 Prozent auf Unternehmen mit Hauptsitz in den USA². Für die Beurteilung des Marktes ist außerdem bezeichnend und von großer Relevanz, dass viele Personen, Firmen und Organisationen beteiligt sind, deren rechtliche Rollen jeweils bedeutend sind, da sie potenziell mit Vergütungsansprüchen und Verfügungsrechten versehen sind.

Neben den Urheber:innen (Komponisten und Textdichterinnen) gibt es zahlreiche Leistungsschutzberechtigte, die sich im Wesentlichen in zwei Gruppen aufteilen: Musiker:innen (*ausübende Künstler:innen*) und Produzent:innen / Tonträgerhersteller / Masterrechteinhaber. Künstlerische Leistungen fallen unter ein Innovationschutzrecht; der Schutz der wirtschaftlichen Leistung des Aufnahmeherstellers ist hingegen investitionsschutzrechtlich begründet³.

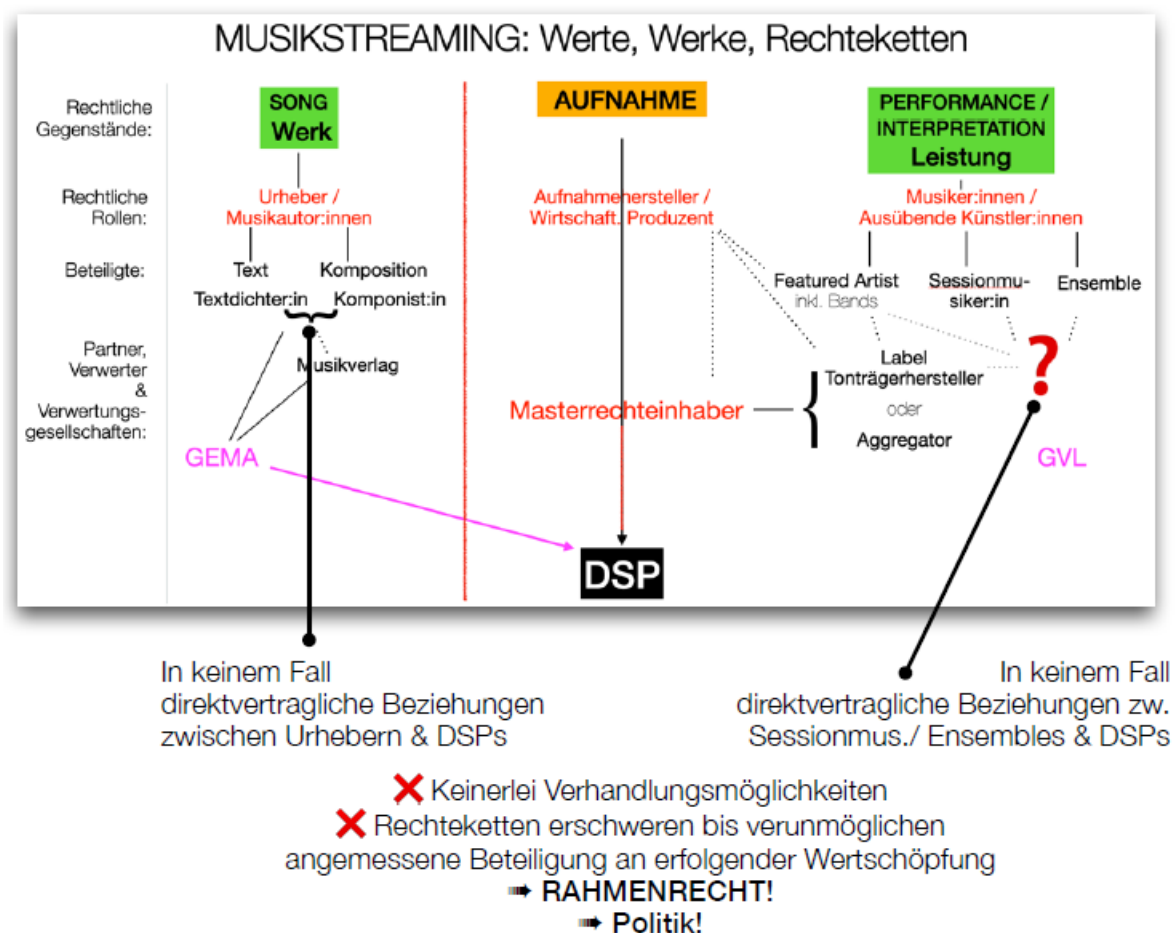
¹https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0BTfPd5Mk5EbSWEqVGKwNwUmbdjHVLg3PL1JaKxkZebEXJ3x6BJ1pNdYKxh8P7xVMI&id=1266854378 7 abgerufen am 26.10.2025

² (Musikmarkt:) *Vom Umsatz der Top 100 entfielen 67,5 Prozent auf Unternehmen mit Hauptsitz in den USA, 20,0 Prozent auf asiatische und 10,6 Prozent auf europäische Unternehmen. 2023 stammten sieben der zehn umsatzstärksten Medienunternehmen aus den USA (Alphabet, Meta, Comcast, The Walt Disney Company, Amazon, Apple und Charter Communications).* [Musik | Globalisierung | bpb.de](#) / 06.09.2024 / abgerufen am 25.10.2025

³ ANMERKUNG: Die Leistungsschutzrechte der ausführenden Musiker:innen inkludieren die Gesangs-Performance der Sänger:innen und die Leistungen der ausführenden Produzent:innen (nicht der Toningenieur:innen). Sie werden üblicherweise gegen Umsatzbeteiligung oder Honorar an Verwerter übertragen, da die Künstler:innen selten die Vermarktung ihrer Tonaufnahmen übernehmen. Die Verwerter sind in aller Regel Independent und Major Labels und in den letzten Jahren zunehmend Aggregatoren. Nur wenige sehr bekannte Künstler sind in der Lage direkt oder über ihr eigenes Label mit Streamingportalen zu verhandeln.

Auf Künstlerseite muss man darüber hinaus unterscheiden zwischen sog. *Featured Artists*, also den namensgebenden Künstler:innen, die in der Regel Verträge direkt mit dem Aufnahme- bzw. Tonträgerhersteller haben, und den beauftragten Musiker:innen (Studio/Live). Letztere haben, wie die folgende Graphik darstellt, oft keine vertraglichen Beziehungen zu den digitalen Diensteanbietern, weshalb ihre gesetzlich verbrieften Ansprüche zum Teil nicht oder nicht angemessen durchzusetzen sind.

Die deutschen Musik-Verwertungsgesellschaften GEMA und GVL vertreten unterschiedlich breite Kataloge und die beiden oben genannten verschiedenen Bereiche an Rechten – die GEMA die Urheberrechte der Musikautor:innen, die GVL die Leistungsschutzrechte - als Treuhänder ihrer Mitglieder und Wahrnehmungsberechtigten. Die Musikautor:innen, die in der Regel keine Arbeitsvergütung erhalten, erwirtschaften ausweislich der Musikwirtschaftsstudie 2024⁴, die alle fünf Jahre erscheint, 60, 70 % ihrer Gesamteinnahmen von der GEMA, diese vertritt nicht nur die sog. Zweit-, sondern auch Erstrechte⁵.



DSPs = Digital Service Providers (z.B. Spotify, Apple Music, Amazon Music)

© Matthias Hornschuh

⁴ [Musikwirtschaft in Deutschland 2024.pdf](#)

⁵ [VGG - Gesetz über die Wahrnehmung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten durch Verwertungsgesellschaften*](#)

Wirtschaftszahlen

Die über drei Jahrzehnte rasant fortgeschrittene Digitalisierung hat die ökonomische Lage derjenigen, die die Musik schaffen, dramatisch verändert.

Zahlen 2024 lt. dem Industrieverband BVMl⁶:

- 2024 „war für die Musikindustrie in Deutschland das sechste Wachstumsjahr in Folge“ (S. 6)
- 2,38 Milliarden betrug der Branchenumsatz in Deutschland 2024 insgesamt, 84,1% davon entfielen auf digitale Nutzungen, auf Audiostreaming 78%. (S. 6)
- Der CD-Umsatz sank von € 2,3 Milliarden im Jahr 1997 auf 8,7% vom heutigen Umsatzanteil. (S. 7)

Obwohl sich das Musikstreaming zum Milliardenmarkt für die Verwerter- und Plattformseite entwickelt hat, kann die Mehrzahl der *Originators* (Originärrechtinhaber) - trotz teils erheblicher Nachfrage - mit Musikstreaming keine tragfähigen Einnahmen erzielen (s.u.).

Seit Jahren belegen Studien, dass die Zahlungen aus dem Musikstreaming an Urheber:innen und Künstler:innen nur Bruchteile dessen ausmachen, was insgesamt Erlöst wird. Das lässt sich zum Teil auf Vertragskonstellationen zurückführen - bzw. auf das Fehlen vertraglicher Beziehungen -, zum anderen aber liegt die Ungleichstellung an der fehlenden Transparenz der vor allem global agierenden Unternehmen und an der Machtdominanz weniger Verwerterfirmen.

Spotify schreibt am 12.3. dieses Jahres:

Ein Rekordhoch von 10 Milliarden US-Dollar an Ausschüttungen
Spotify bleibt auch 2024 der weltweit umsatzstärkste Anbieter für Musik und hat in diesem Jahr mehr als 10 Milliarden US-Dollar an die Musikindustrie ausgeschüttet. Damit steigen die gesamten bisherigen Auszahlungen auf fast 60 Milliarden US-Dollar. Kein anderer Streaming-Dienst oder Einzelhändler hat 2024 mehr an die Industrie ausgeschüttet als Spotify. Darüber hinaus stellt die Ausschüttung von 10 Milliarden US-Dollar einen historischen Rekord dar – mehr als je ein Anbieter in einem Jahr ausgezahlt hat und mehr als zehnmals so viel wie der größte Plattenladen auf dem Höhepunkt der CD-Ära.⁷

An wen werden die Auszahlungen ausgeschüttet? Siehe folgende Seite!

Der Markteintritt generativer KI Ende 2022 verschärft die Lage vor allem an der Basis weiter - und das schneller als irgendeine andere Technologie zuvor (dazu mehr weiter unten).

⁶ [Musikindustrie in Zahlen 2024](#)

⁷ [Loud & Clear 2025: Spotify veröffentlicht neue Zahlen zu Musikstreaming und Vergütung](#)

Zahlungen an Musikschaffende

"Der Markt für Musikaufnahmen bleibt ... auch im Streamingmodell von Informationsasymmetrien und struktureller Ungleichheit geprägt" folgerte die BKM im Februar 2025 anlässlich der Veröffentlichung des Abschlussberichts des Forschungsnetzwerk Digitale Kultur der BKM-geförderten Studie zum Musikstreaming in Deutschland.⁸

Im Fokus der Untersuchung stand die derzeitige Vergütungssituation von Musiker:innen im deutschen Markt. Neben Vergütung und Erlösverteilung wurden auch Aspekte wie Transparenz, Vielfalt, Marktmacht und nicht zuletzt die Zufriedenheit der Beteiligten betrachtet. Ergänzt wurde die Forschungsstudie durch ein Rechtsgutachten und konkrete Handlungsempfehlungen zu Verbesserungen beim Musikstreaming.

Laut den Ergebnissen der Studie „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“ sind⁹

- über 74 % der Befragten unzufrieden mit den Einnahmen aus Musikstreaming, weniger als 9 % sind hingegen zufrieden. (S. 6)
- Im Jahr 2023 entfielen 75 % der Umsätze auf 0,1 % der Künstlerinnen und Künstler (dieses Missverhältnis beschrieb der Analyst Mark Mulligan schon 2014 als *Superstar Economy*¹⁰! / Anmerkung der IU) (S. 6),
- umgekehrt erzielten 68 % der Künstlerinnen und Künstler weniger als 1 Euro Umsatz. (S. 6)

Die Gründe werden in der Studie folgendermaßen zusammengefasst:

- Aufgrund fehlender direktvertraglicher Beziehungen haben die wenigsten Berechtigten irgendeinen Zugang zu den Betreibern der Streamingdienste; daher haben sie keinerlei Einfluss auf die Modalitäten der Abrechnung. (S. 164 ff.)
- Die Vergütungssituation wird durch mangelnde Transparenz erschwert. „Einnahmen über Musikstreaming sind laut Studie schwer nachzuvollziehen und zu überprüfen, u.a. wegen komplexen Vertrags- und Lizenzketten, Berechnungsmethoden und fehlendem Datenzugang.“ (S. 171 f.)
- Die Vergütungssituation wird erheblich von der Marktmacht großer Streamingplattformen und Major-Labels, geprägt. (S. 33 ff.)

Demokratisierung des Marktes?

Lange wurde den Kreativen und den kleineren Produktionsunternehmen als Vorteil des Streamings verkauft, dass diese schnellere und einfachere Möglichkeiten der Marktteilhabe hätten, da sie den Nutzer selbst und direkt erreichten. Die Studie „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“ belegt allerdings, was seit Jahren von den Marktteilnehmern berichtet wurde:

⁸ [2025-02-10-streaming-studie.pdf](#)

⁹ [Studie zum Musikstreaming veröffentlicht – Kulturstatsministerin Roth: „Beim Musikstreaming sollte es fairer und transparenter zugehen.“ - Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien](#)

¹⁰ [The Death of the Long Tail The Superstar Music Economy](#)

"Die propagierte Demokratisierung des Marktes hat nicht zu einer gleichwertigen Demokratisierung von Marktmacht geführt, da Musikschaffende an zentralen Verhandlungen und Entscheidungen über die grundlegenden Strukturen des Streamingmarktes und damit über ihre Vergütung nur unzureichend beteiligt sind." (S.11)

Wenn aber der Streamingmarkt auch in Fällen vorhandener Nachfrage keine tragfähigen Tantiemen abwirft, müssen die Musiker:innen so viel wie möglich live spielen und zudem so oft wie möglich neues Repertoire veröffentlichen, um den Algorithmus zu füttern und die Fans bei der Stange zu halten. Kein Wunder, dass angesichts der resultierenden spezifischen „Arbeitsverdichtung“ die Anzahl der psychischen und sonstigen Berufserkrankungen dramatisch zunimmt. Während man keinem Leistungssportler auf Dauer abverlangen würde, jeden Tag ein Turnier zu absolvieren, wird das bei Musikern zur geduldeten Normalität.

Weitere Berichte und Studien

Der mit Nachdruck und Klarheit formulierte, ebenso klar vom Europäischen Parlament angenommene und schließlich im Januar 2024 veröffentlichte „BERICHT über kulturelle Vielfalt und die Bedingungen für Urheber auf dem europäischen Markt für Musikstreaming“¹¹ hat noch immer Aktualität. Er hat schon vor fast 2 Jahren den Weg in eine europäische Zukunft aufgezeigt, die die Rahmenbedingungen des Markts im Wissen um die Bedeutung ihres kulturellen Vermächtnisses gestaltet: Musik ist Ausdruck der Kultur an sich, ebenso wie sie Gegenstand des Marktes ist; beiden Perspektiven wird der Bericht gerecht.

Matthias Hornschuh, Komponist und Sprecher der Kreativen in der Initiative Urheberrecht und Mitglied im GEMA Aufsichtsrat, fasst zusammen:

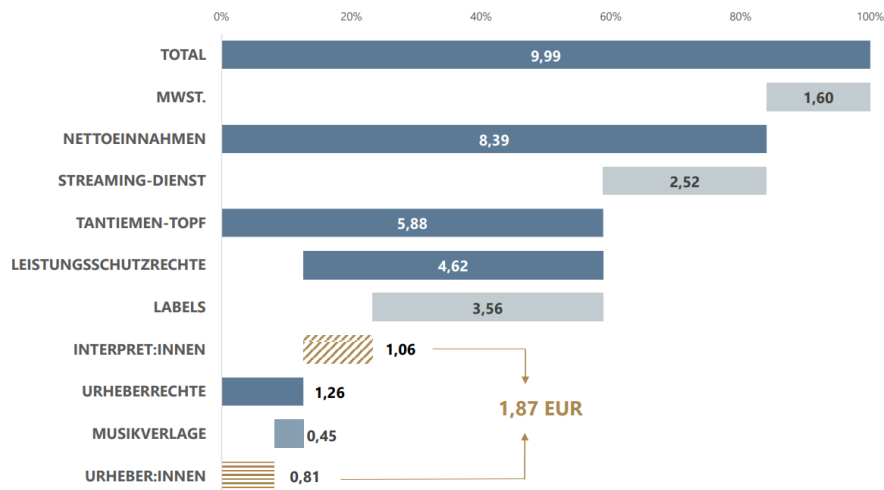
"Wie schon so viele Berichte zuvor, belegt der Musikstreaming-Bericht des Europäischen Parlaments die Rolle der schöpferisch Tätigen als die Kanarienvögel im Kohlenflöz globalisierter Märkte. Zu viele von ihnen liegen bereits am Boden des Schachts. Asymmetrie, Monopolisierungstendenzen, mangelnde Transparenz, unlautere Vertragspraktiken ... all das hat erheblichem Einfluss auf die kulturelle Vielfalt in Europa und führt zu begründeter Sorge um den künstlerischen Nachwuchs."

Schon im Herbst 2022 hatte die GEMA die Studie „Musikstreaming in Deutschland. Erlössituation im deutschen Musikstreaming-Markt“ veröffentlicht¹² und konstatiert:

- Musikstreaming dominiert den Musikmarkt (S. 8)
- 45 % der Deutschen nutzen mittlerweile Musikstreaming – bei den unter 14- bis 29-Jährigen liegt der Anteil sogar bei 84 %. (S. 21)
- Bei den Interpret:innen und Urheber:innen, ohne deren Arbeit, Werke, Leistungen die Unternehmen gar nicht existieren würden, kommt jedoch wenig an:

¹¹ https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0388_DE.html

¹² <https://www.gema.de/de/aktuelles/streaming>



GOLD MEDIA Basis: Monatliche Erlöse für ein Standard-Musikstreaming-Abonnement (Einzelaccount) in Deutschland 2022
Quelle: Goldmedia-Analyse auf Basis von Expert:inneneinschätzungen; Rundungsdifferenzen möglich

7

Zur obenstehenden Grafik aus der „Gema-Studie“:

Die Muskschaffenden, d.h. die Musiker:innen und Urheber:innen, erhalten zusammen betrachtet also nur rund 18,7% der Nettoeinnahmen. Der Anteil der Muskschaffenden liegt damit deutlich unter dem Erlösanteil der Streaming-Dienste (30 %) sowie der Labels (42 %).

Von den Leistungsschutzrechten behalten die Label, die die Anteile von den Streamingdiensten erhalten, also fast 80% ein, schütten also unverhältnismäßig wenig an die vertraglich gebundenen Künstler:innen/ Interpret:innen aus. Die Urheber:innen erhalten darüber hinaus noch weniger (nur 0,81€, also 0,8% - das ist insbesondere auch ungewöhnlich, wenn man sonst die branchenüblichen Verhältnisse der Prozentsätze zwischen Leistungsschutzrechten und Urheberrechten ansetzt).

- Playlists sowie Musikempfehlungen auf Algorithmen-Basis haben einen erheblichen Einfluss auf die Reichweite und den kommerziellen Erfolg im Streaming-Markt. Die zugrundeliegenden Kriterien werden von den Muskschaffenden jedoch als intransparent wahrgenommen. (S. 98 ff.)
- Die aktuellen Mechanismen der Streaming-Ökonomie festigen tendenziell die Position von älteren, kommerziell erfolgreichen Katalogtiteln. Für Newcomer und musikalische Nischen verbleiben entsprechend geringere Erlösanteile. (S. 9)

Aktuelle Ergänzung: Streaming und KI

Die internationale Organisation CISAC hat kürzlich eine weitere Studie veröffentlicht, die die wirtschaftlichen Auswirkungen von generativer künstlicher Intelligenz auf den Musik- und audiovisuellen Sektor weltweit analysiert hat: Davon abgesehen, dass der Markt für KI-generierte Inhalte exponentiell wächst und die Einnahmen der Technologieanbieter extrem steigen werden, gibt es auch Erkenntnisse zu den Märkten für Streaming und Musikbibliotheken.

2028 wird KI-generierte Musik voraussichtlich rund 20 % der Einnahmen traditioneller Musik-Streaming-Plattformen und rund 60 % der Einnahmen von Musikbibliotheken ausmachen. Für Musikurheberinnen und -urheber prognostiziert PMP Strategy wirtschaftliche Einbußen von 24 % im Jahr 2028 – und das, obwohl ihre Werke die Grundlage für die KI-Modelle und -Systeme bilden, für die sie bisher aber keine Vergütung erhalten haben.¹³

so fasst Michael Duderstädt von der GEMA die Ergebnisse der Studie „Study on the economic impact of Generative AI in the Music and Audiovisual industries“¹⁴ zusammen.

Welche Folgen der ganz neue „Deal“ haben wird, bleibt abzuwarten:¹⁵ „Wie die Financial Times berichtet, verhandeln die Universal Music Group und Warner Music Group derzeit über mögliche Lizenzabkommen mit mehreren KI-Unternehmen. Diese sollen innerhalb weniger Wochen abgeschlossen werden und als Vorlage dienen, wie KI-Firmen künftig für Musik zahlen.

Wenn die mächtigsten amerikanischen Labels mit den einflussreichsten US-Plattformen und KI-Anbietern kungeln, sollten wir nicht erwarten, dass Urheber:innen und Künstler:innen ein (erstes) faires Stück vom Streamingkuchen abbekommen werden.

kommentiert der Sprecher der Initiative Urheberrecht, der Komponist und Publizist Matthias Hornschuh, die aktuellen Entwicklungen. Er fordert:

Es bleibt nicht mehr viel Zeit, die Dinge politisch in die richtige Richtung zu lenken. Diese ist längst ausgeschildert, und sie gilt für generative KI wie auch fürs Musikstreaming: Consent / Compensation / Credit & Control sind die Prinzipien, die es dem Urheberrecht ermöglichen würden, seiner ursprünglichen Aufgabe des Innovationsschutzes wieder gerecht zu werden. Dabei ist Control gleichermaßen als exklusivrechtlicher Verfügungsanspruch wie auch als umfassende Transparenzverpflichtung zu verstehen.

Vor wenigen Tagen wurde die Entwicklung auf den Punkt gebracht, dass für Spotify die Kalkulation eindeutig aufgeht: „KI-generierte Songs bedeuten keine Lizenzgebühren, keine Terminkonflikte, keine Egos“¹⁶.

Handlungsbedarf

Der politische Handlungsbedarf liegt auf der Hand. Er ist in vielen Berichten, Fachgesprächen und Studien und nicht zuletzt in der BKM-geförderten Musikstreamingstudie ausdrücklich nachgewiesen und dargelegt worden.

¹³ <https://www.gema.de/de/w/cisac-studie-zu-den-auswirkungen-der-nutzung-von-künstlicher-intelligenz-interview-mit-michael-duderstädt/> / abgerufen am 27.10.2025

¹⁴ [Global economic study shows human creators' future at risk from generative AI | CISAC](#) / abgerufen am 27.10.2025

¹⁵ [Bericht: Major Labels verhandeln über Lizenzzahlungen mit KI-Unternehmen - Backstage PRO](#) / abgerufen am 24.10.2025

¹⁶ <https://uxdesign.cc/spotify-has-an-ai-problem-a4d6729c715b/> / abgerufen am 25.10.2025

Forderungen der Initiative Urheberrecht

- Angesichts der hohen Marktmacht einiger weniger Firmen (Streamingplattformen und Major Labels¹⁷ im Musikstreamingsektor) erscheint eine wettbewerbsrechtliche Überprüfung auf EU-Ebene geboten, um mögliche Marktverzerrungen zu identifizieren und Maßnahmen zu ergreifen, die die Verhandlungsposition und Vergütung von Urheber:innen und Künstler:innen stärken. Insbesondere der Missbrauch marktbeherrschender Stellungen (Art. 102 AEUV) sowie exklusive Liefer- und Lizenzvereinbarungen (Art. 101 AEUV) sollten überprüft werden. Ergänzend könnte der Digital Markets Act (DMA) zur Anwendung kommen, um Gatekeeper-Praktiken wie Selbstbevorzugung oder intransparente Vergütungsmechanismen zu unterbinden. Schließlich sollte klargestellt werden, dass Urheber:innen und ausübende Künstler:innen ausdrücklich befugt sind, kollektiv über Vergütungsbedingungen zu verhandeln, ohne selbst Gefahr zu laufen gegen das Kartellrecht zu verstoßen, wie bereits von der EU-Kommission in den Leitlinien zu kollektiven Verhandlungen Solo-Selbständiger (2022/C 374/02) vorgesehen.
- Das Recht auf Angemessene Vergütung künstlerischer Leistungen ist ein rechtlich geschützter Anspruch, seit 2019 auch in ganz Europa (DSM-Richtlinie: KAPITEL 3 / Faire Vergütung in Verwertungsverträgen mit Urhebern und ausübenden Künstlern / Artikel 18: Grundsatz der angemessenen und verhältnismäßigen Vergütung¹⁸).

Europäische Marktteilnehmer haben ein Anrecht auf einen fairen Lizenzmarkt. Sowohl die Durchsetzung Angemessener Vergütung wie auch funktionierende Lizenzmärkte sind nur möglich, wenn Transparenz herrscht. Das bezieht sich auf die Daten aber auch auf Auskünfte über die „komplexen Vertrags- und Lizenzketten“ und Berechnungsmethoden (siehe Studie „Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming“).

Der Anspruch auf Nutzungsvergütungen muss gerade auch in langen Rechteketten gewährleistet sein.

- Auch nach der Veröffentlichung der „BKM-Studie“ im Frühjahr dieses Jahres sollten die Zahlungsströme im Streamingmarkt noch einmal genauer analysiert werden. Die Studie klammert die Urheber:innen aufgrund fehlender Daten und Zahlen aus. Angesichts der strukturell stark unterschiedlichen Situation von Urheber:innen und Leistungsschutzberechtigten müsste hier dringend nachgearbeitet werden.
- Eine Streaming-Transparenz-Institution (zentral oder dezentral), die Auskunftsansprüche durchsetzt, prüft und an die Berechtigten weitergibt ist immer wieder im Gespräch; Konzepte

¹⁷ *Universal Music Group, Sony Music Entertainment, and Warner Music Group are by far the largest record labels in the world. Consisting of many smaller labels, the three corporations control approximately 69% of the market share.* / [The 10 Largest Record Labels in the World \(2025\) - Musician Wave](#) / abgerufen am 27.10.2025

¹⁸ [RICHTLINIE \(EU\) 2019/ 790 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES - vom 17. April 2019 - über das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte im digitalen Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinien 96/ 9/ EG und 2001/ 29/ EG](#)

dafür sollten zeitnah entwickelt werden (siehe auch Diskussion über Registrierung bezüglich Generativer KI).

- Die künstlerisch Tätigen sind sich vollkommen einig: PRO RATA-Abrechnungsmodelle sollten abgeschafft werden zugunsten von USER CENTRIC PAYMENT-Modellen, die - das ist empirisch belegt¹⁹ - von den individuellen Rechteinhabern an der Basis ganz klar priorisiert werden. Bemerkenswert ist vor allem, dass die Mehrheit derzeit keine rechtliche Handhabe hat, ihre Ansprüche auch nur zu verhandeln.
- Die strukturellen Probleme mit dem Marktführer Spotify sind durch diverse Studien und den Bericht des EP oft und klar benannt. Die BKM-Musikstreaming-Studie benennt ausdrücklich die Locked-in-Problematik für Acts und Labels. Es sollte deshalb jeder mit öffentlichen Mitteln hergestellte Inhalt auch auf anderen Plattformen vorzuhalten sein, auf mindestens einen anderen europäischen Dienst sollte hingewiesen werden, beim Streaming also etwa Deezer oder Qobuz.
- Eine Aufstellung von Lösungsansätzen anderer Länder muss unseres Erachtens dringend erstellt werden, um auf dieser Grundlage weiter zu diskutieren und endlich auch in Deutschland konkrete Regulierung zur Verbesserung der Situation zu erlangen.
- „150 Mio Songs für € 12,99 ist Verramschung“ sagt der Komponist und Musikproduzent Micki Meuser (Die Ärzte, Ina Deter, Ideal, Silly): „Die Streaming-Anbieter müssen weiter die Preise erhöhen und den Mehrwert an den Beginn der Wertschöpfungskette ausschütten.“

Wenn wir akzeptieren, dass der Song – oder das kreative Werk eines beliebigen Repertoires – die Grundlage unserer Kreativwirtschaft ist, warum akzeptieren wir dann die weitgehende Unsichtbarkeit des Urhebers in der kommerziellen Wertschöpfungskette? Diese Urheber sind der Ausgangspunkt unserer Kreativindustrien. Ohne ihre Arbeit würde der globale ‚Kreativsektor‘, der Milliarden von Dollar wert ist, nicht existieren“.

Björn Ulvaeus Präsident CISAC Songwriter und Musiker ABBA

Berlin, 27.11.2025

Für Rückfragen:

Initiative Urheberrecht | Katharina Uppenbrink | Geschäftsführung
katharina.uppenbrink@urheber.info | +49 160 9095 4016

Rund 140.000 Urheber:innen und ausübende Künstler:innen – über unsere mehr als 40 Mitgliedsorganisationen: www.urheber.info

¹⁹ [2025-02-10-streaming-studie.pdf](#)

Anmerkung zur aktuellen Diskussion über eine Plattform-Abgabe

Bei der aktuellen Diskussion über eine sogenannte Plattform-Abgabe (auch „Plattform-Soli“) sollte aus Sicht der Urheber- und Künstlerorganisationen klargestellt werden, dass es sich dabei unabhängig von der konkreten Ausgestaltung um ein abgabenrechtliches Instrument handelt, das nicht an die Nutzung einzelner Werke anknüpft, sondern an die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit oder Nutzungsintensität der Plattformbetreiber. Im Mittelpunkt einer solchen Maßnahme stehen Social-Media- und Suchmaschinenplattformen, teilweise auch Streamingdienste. Selbst wenn Letztere einbezogen würden (was in der Branche noch diskutiert wird), kann eine Plattform-Abgabe niemals die werkbezogene Vergütungspflicht ersetzen, die sich aus dem Urheberrecht selbst ergibt.

Das Urheberrecht beruht auf dem Grundsatz der individuellen, werkbezogenen Vergütung (vgl. Art. 18 DSM-Richtlinie), der den Urheber:innen und ausübenden Künstler:innen einen angemessenen und verhältnismäßigen Anteil an den Erlösen aus der Nutzung ihrer Werke garantiert. Diese Vergütungspflicht besteht gegenüber den konkreten Nutzern von Werken, also gegenüber den Plattformen oder Diensteanbietern, die urheberrechtlich relevante Handlungen (z. B. öffentliche Wiedergabe, Zugänglichmachung oder Vervielfältigung) vornehmen.

Eine allgemeine Abgabe auf Plattformumsätze kann dagegen keinen spezifischen Nutzungsbezug herstellen und erfüllt folglich nicht die Voraussetzungen einer angemessenen Vergütung im Sinne des Urheberrechts. Sie kann allenfalls additiv verstanden werden, etwa als kompensatorische Maßnahme für strukturelle Marktungleichgewichte oder als Solidarbeitrag der Plattformwirtschaft zur Finanzierung kultureller Marktteilnehmer und Kulturschaffender.

Die werkbezogene Vergütungspflicht bleibt hiervon unberührt und muss vertraglich oder kollektivrechtlich sichergestellt werden, sei es über Lizenzverträge, gesetzliche Vergütungsansprüche oder kollektive Rechtswahrnehmung. Nur so kann gewährleistet werden, dass die Kreativen entsprechend der tatsächlichen Nutzung ihrer Werke vergütet werden.

Kurzum: Eine Plattform-Abgabe kann allenfalls ergänzend („additiv“) wirken, niemals substitutiv. Sie darf weder rechtlich noch politisch als Ersatz für individuelle oder kollektive Vergütungsansprüche verstanden werden.