

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	25
Einleitung	29
I. Problemstellung	29
II. Forschungsstand	30
III. Gang der Untersuchung	40
Erster Teil: Geschichte des Musikverlagswesens	43
I. Vorbemerkung	43
II. Geschichte der Musikverlage und ihrer Printmedien bis 1900	49
III. Musikverlagswesen in der Zeit der elektronischen Medien (ca. 1900 bis ca. 1990)	92
IV. Musikverlagswesen in der digitalen und globalisierten Welt (ca. 1990 bis heute)	159
v. Zusammenfassung zur Geschichte des Musikverlagswesens	180
Zweiter Teil: Organisation, wirtschaftliche Rahmendaten, Beteiligte und Medien des Musikverlags	185
A. Wertschöpfungskette der Musikverlage innerhalb der Musikindustrie	185
I. Allgemein	185
II. Wertekette der Musikindustrie	186
III. Wertekette der Musikverlage	189
IV. Geschäftsmodell der Musikverlage	194
v. Zusammenfassung	194
B. Die Organisation von Musikverlagen	196
I. Theoretische Grundlagen der Organisation	196
II. Interne Organisation von Musikverlagen	203
C. Wirtschaftliche Rahmendaten bei Musikverlagen	214
I. Weltweite Umsätze von Musikverlagen	214
II. Deutschland	219
III. Fallbeispiel	223
IV. Zusammenfassung und Ergebnis zum Markt für Musikverlage	226
v. Die Bewertung von Musikverlagsrechten	227

INHALTSÜBERSICHT

D. Die juristische Bindung der Beteiligten an den Musikverlag	232
I. Einzelwerk-Musikverlagsverträge mit Autoren	232
II. Der Bearbeiter	298
III. Der Exklusivautor	300
IV. Die Musikverlagsedition	307
V. Die Administration von Musikverlagen	317
VI. Der Co-Verlag	321
VII. Der Subverlag	327
VIII. Verwertungsgesellschaften	349
IX. Ergebnis zu Organisation, Markt, Beteiligte des Musikverlags ..	364
E. Die besondere Bindung des Musikverlags an die Einzelmedien und ihre Lizenzierung	368
I. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Notenblatt (-heft/-buch)	368
II. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Theater/Konzert	381
III. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Tonträger ..	395
IV. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Hörfunk	404
V. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Fernsehen	411
VI. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Film	418
VII. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Video	431
VIII. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums (Mobil-)Telefon	435
IX. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Multimedia ..	447
X. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums World Wide Web	458
F. Ergebnis zum Zweiten Teil	483
Zusammenfassung und Ausblick	487
I. Zum Ersten Teil	487
II. Zum Zweiten Teil	496
Erklärung zum digitalen Anhang	510
Literaturverzeichnis	511
Rechtsprechungsverzeichnis	528
Namens- und Stichwortverzeichnis	538

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	25
Einleitung	29
I. Problemstellung	29
II. Forschungsstand	30
III. Gang der Untersuchung	40
Erster Teil: Geschichte des Musikverlagswesens	43
I. Vorbemerkung	43
1. Der Verlegerbegriff	43
2. Die Unterscheidung von E- und U-Musik	46
3. Organisationsformen der Musikverlage in der Musikwirtschaft	47
II. Geschichte der Musikverlage und ihrer Printmedien bis 1900	49
1. Von den Anfängen bis ca. 1500	51
2. Musikverlagswesen in der Sekundär- oder Druckmedienzeit (ca. 1500 bis ca. 1900)	55
a) Erste Unterabschnitt: Zeitalter des Notensatzes (ca. 1500 bis ca. 1700)	56
aa) Maßgebliche Länder zu Zeiten des Notensatzes	56
(1) Italien	56
(2) Deutschland	59
(3) Frankreich	60
(4) Belgien	60
(5) Niederlande	61
(6) England	61
bb) Nicht maßgebliche Länder zu Zeiten des Notensatzes	62
cc) Zusammenfassung	62
b) Zweiter Unterabschnitt: Zeitalter des Notenstiches bzw. des Typendruckes (ca. 1700 bis ca. 1900)	63
aa) Maßgebliche Länder zu Zeiten des Notenstiches/Typendruckes ..	64
(1) England	68
(2) Niederlande	68
(3) Frankreich	68
(4) Deutschland	71
(5) Österreich	80
(6) Italien	82
(7) Neue Welt/USA	83
bb) Nicht maßgebliche Länder zu Zeiten des Notenstiches/Typendruckes	88
(1) Europa	88
(2) Nord-Amerika	89
(3) Süd-Amerika	89
(4) Australien	90
cc) Zusammenfassung	90
3. Ergebnis	90

III. Musikverlagswesen in der Zeit der elektronischen Medien (ca. 1900 bis ca. 1990)	90
I. Ausbildung der Populärmusikverlage und Internationalisierung	92
a) Europa	93
(1) Deutschland	93
(a) Nationalsozialismus	95
(b) Ostdeutschland	102
(c) Westdeutschland	105
(2) Österreich	109
(3) Schweiz	110
(4) England	110
(5) Frankreich	116
(6) Belgien	118
(7) Niederlande	118
(8) Italien	119
(9) Spanien	120
(10) Portugal	122
(11) Dänemark	123
(12) Schweden	123
(13) Norwegen	124
(14) Finnland	125
(15) Polen	125
(16) Tschechoslowakei	126
(17) Ungarn	126
(18) Rumänien	126
(19) Russland	127
b) Amerika	127
(1) USA	127
(2) Kanada	144
(3) Brasilien	145
(4) Argentinien	146
(5) Mexiko	147
(6) Uruguay	147
(7) Kolumbien	147
c) Asien	147
(1) Japan	148
(2) China	149
(3) Hongkong	150
(4) Indien	151
(5) Israel	151
(6) Türkei	152
d) Afrika	152
e) Australien	153
f) Exkurs: Produktionsmusikverlage/Archivmusikverlage	154
2. Zusammenfassung	158
IV. Musikverlagswesen in der digitalen und globalisierten Welt (ca. 1990 bis heute)	159
I. Industrierverlage	160
a) Bertelsmann	161
b) EMI	164

INHALTSVERZEICHNIS

c) Sony/ATV	165
d) Warner Chappell	166
e) Universal	167
f) Zusammenfassung	168
2. Nicht-Industrieverlage	168
a) Europa	169
(1) Deutschland	169
(2) Österreich	169
(3) England	169
(4) Frankreich	171
(5) Niederlande	172
(6) Italien	173
(7) Schweden	173
(8) Serbien-Montenegro	174
(9) Rumänien	174
(10) Ungarn	174
(11) Tschechoslowakei	174
(12) Griechenland	175
(13) Polen	175
(14) Russland	175
b) Amerika	176
(1) USA	176
(2) Kanada	178
(3) Brasilien	178
c) Asien	179
(1) Japan	179
(2) Indien	179
(3) Türkei	179
d) Australien	179
3. Zusammenfassung	180
v. Zusammenfassung zur Geschichte des Musikverlagswesens	180

Zweiter Teil: Organisation, wirtschaftliche Rahmendaten, Beteiligte und Medien des Musikverlags

A. Wertschöpfungskette der Musikverlage innerhalb der Musikindustrie ..	185
I. Allgemein	185
II. Wertekette der Musikindustrie	186
1. Bisherige Wertekette	186
2. Digitale Wertekette	187
3. Ergebnis	188
III. Wertekette der Musikverlage	189
1. Intrabetriebliche Betrachtung	189
a) Primäraktivitäten	189
aa) Der druckende Musikverlag	189
bb) Der die Nebenrechte auswertende Musikverlag	190
b) Sekundäraktivitäten	191
2. Interbetriebliche Betrachtung	192

iv.	Geschäftsmodell der Musikverlage	194
v.	Zusammenfassung	194
B.	Die Organisation von Musikverlagen	196
I.	Theoretische Grundlagen der Organisation	196
1.	Formen der Organisation	197
a)	Organisation nach Funktionsbereichen	197
aa)	Aufgabenverteilung in der Funktionalorganisation	198
bb)	Verteilung der Entscheidungsbefugnisse	198
cc)	Gestaltung der Weisungsbefugnisse	198
dd)	Vor- und Nachteile der Funktionalorganisation	198
b)	Organisation nach Objekten	199
aa)	Formen der Geschäftsbereichsorganisation	200
(1)	Mehrproduktunternehmen	200
(2)	Multinationale Unternehmen	200
(3)	Konglomerate	200
(4)	Holding-Organisation	201
(5)	Konzern	201
bb)	Beurteilung der Geschäftsbereichsorganisation	202
2.	Ergebnis zur Formwahl	202
II.	Interne Organisation von Musikverlagen	203
I.	Allgemeine Abteilungen	203
a)	Geschäfts-/Verlagsleitung	203
b)	Rechtsabteilung	204
c)	Verwaltung	205
aa)	Rechteverwaltung	205
bb)	Lizenzabrechnung	206
d)	Finanzleitung/Rechnungswesen	207
e)	Personalabteilung	207
2.	Besondere Abteilungen	208
a)	Musikverlag der ersten Musik	208
aa)	Herstellungsabteilung	208
bb)	Lagerabteilung	208
cc)	Auslieferungsabteilung	208
dd)	Werbungsabteilung	209
ee)	Digitalabteilung für Noten	209
b)	Unterhaltungsmusikverlag	209
aa)	Kreativabteilung	209
(1)	Repertoireentwicklung	209
(2)	Auswertungsabteilung	210
(a)	Generelle Auswertung	210
(b)	Auswertung über Neuaufnahmen	210
(c)	Synchronisationsabteilung	211
(d)	Digitale Auswertung	211
bb)	Archiv-Musikabteilung	211
3.	Zusammenfassung und Ergebnis	212

INHALTSVERZEICHNIS

C.	Wirtschaftliche Rahmendaten bei Musikverlagen	214
I.	Weltweite Umsätze von Musikverlagen	214
II.	Deutschland	219
III.	Fallbeispiel	223
IV.	Zusammenfassung und Ergebnis zum Markt für Musikverlage	226
V.	Die Bewertung von Musikverlagsrechten	227
	1. Grundsätzliches	227
	2. Methoden zur verlaglichen Wertbestimmung	228
	a) Die Multiplikatormethode	228
	b) Stellungnahme zur Multiplikatormethode	229
	3. Die Abläufe bei einer Verlagsbewertung	230
	4. Zusammenfassung	231
D.	Die juristische Bindung der Beteiligten an den Musikverlag	232
I.	Einzelwerk-Musikverlagsverträge mit Autoren	232
	1. Entwicklung verlegerischer Schutznormen	233
	a) Einführung	233
	b) Die Fortentwicklung des Verlagsrechts im Musikverlagsbereich	233
	c) Verhältnis des Urhebergesetzes zum Verlagsgesetz	234
	d) Die internationale Dimension des Verlagsrechts	234
	e) Zusammenfassung	235
	2. Abschluss des Einzelwerk-Musikverlagsvertrages	236
	a) Musterverträge	237
	b) Druckverzicht	237
	c) Zusammenfassung	238
	3. Vertragsparteien	238
	a) Verlagnehmer (Verleger)	238
	b) Verlagegeber (Verfasser)	238
	aa) Komponisten	239
	bb) Textdichter	239
	cc) Bearbeiter	239
	4. Zustandekommen des Musikverlagsvertrages	239
	5. Pflichten des Musikverlegers	239
	a) Vervielfältigung von Noten- und Textwerken	240
	b) Auflage und geschuldete Anzahl der Vervielfältigungsstücke bei Musikverlagen	240
	c) Die handelsübliche Verbreitung von Noten	241
	aa) Notenverkauf	241
	bb) Vermieten von Musikalien	242
	cc) Werbung für die Druckerzeugnisse	242
	dd) Elektronisches Publizieren	242
	d) Pflicht zur Tonträgerproduktion	243
	e) Einsetzen für die Nebenrechte	244
	aa) Auswertungs- und Wahrnehmungspflicht des Musikverlags	244
	bb) Hauptleistungspflicht	245
	cc) Ermessensspielraum des Verlegers	245

dd) Umfang der Pflicht zum handelsüblichen Einsetzen	
im Einzelnen	245
(1) Musikwerke bei Musikverwertern anbieten	246
(2) Werbemaßnahmen	246
(3) Bereithalten von Gesamtkatalogen und Musikwerkedatenbanken	246
(4) Anregung öffentlicher Aufführungen	246
(5) Herstellung und Anbieten von Demotonträgern	247
(6) Verwertung in Film und Werbung	247
(7) Auslandsverwertung	247
(8) Digitaler Vertrieb von Musik	248
f) Nebenpflichten des Musikverlegers	248
aa) Zahlung einer Vergütung	248
(1) Art und Höhe der Vergütung	249
(a) Prozentuale Beteiligungen	249
(aa) vom Nettopreis	249
(bb) vom Bruttopreis	250
(b) Nicht prozentuale Beteiligungen	250
(2) Fehlen der Vergütung	250
bb) Vorschüsse im Musikverlagsvertrag	250
(1) Nicht rückzahlbare Vorschüsse	250
(2) Rückzahlbare Vorschüsse	251
(a) Keine Verrechenbarkeit	251
(b) Verrechenbarkeit	251
(aa) Mit den Lizenzeinnahmen ohne GEMA- Tantiemen verrechenbar	251
(bb) Mit den Lizenzeinnahmen inklusive GEMA- Tantiemen des Verfassers verrechenbar	251
6. Auskunfts-, Abrechnungs- und Abrechnungskontrollpflichten	252
a) Kontrolle der Verwertungsgesellschaften und Lizenznehmer-Abrechnung durch den Musikverlag	252
b) Abrechnung der Einnahmen	252
c) Auskunft- und Berichtspflichten	253
d) Pflicht zur Einholung der Zustimmung des Urhebers	
für die Nutzungsvergabe	254
aa) Gesetzliche Zustimmungserfordernisse	254
bb) Pflicht zur Zustimmung für das »große Recht«	254
cc) Bearbeitungen des Werkes und Verwendung für Synchronisationsrechte	254
dd) Werkverbindung, Werkablösung, Werk(neu)vertextung	255
ee) Stellungnahme zu den Zustimmungserfordernissen	255
e) Verschaffung von Frei- bzw. Vorzugsexemplaren	256
f) Schutz der Werke	256
g) Verfolgung von Rechtsverletzungen	257
h) Zusammenfassung zu den Pflichten des Musikverlags	257
7. Die Pflichten des Verfassers	258
a) Rechteverschaffung	258
b) Einräumung des Verlagsrechts	259
c) Nebenrechtseinräumung	259
aa) Das Problem der kollektiv wahrgenommenen Nebenrechte	259

bb) Einräumung vereinzelter Nebenrechte	260
cc) Bedingte Übertragung von Nebenrechten	260
d) Die Einräumung unbekannter Nutzungsarten	260
e) Pflicht zur Werküberlassung	261
aa) Bei Musikverlagsverträgen ohne Druckverzicht	261
bb) Bei Musikverlagsverträgen mit Druckverzicht	261
f) Nebenpflichten	262
aa) Enthaltungspflichten	262
bb) Korrekturpflicht	262
cc) Übertragung des Eigentumsrechte am Manuskript	262
dd) Optionsverpflichtungen	262
8. Mängel bei Titelverträgen	263
a) Störungen bei der Einräumung des Musikverlagsrechts	263
aa) Fehlender Urheberschutz	263
(1) Werkeigenschaft nicht gegeben	263
(2) Schutzfrist abgelaufen	265
(a) Für Musikverlage relevante Schutzfristbestimmungen ...	265
(aa) Allgemeines	265
(bb) Berechnung der Schutzfrist	267
(cc) Die internationale Dimension der Schutzfrist	267
[1] Die (Revidierte) Berner Übereinkunft (RBÜ)	268
[2] Das Welturheberrechtsabkommen (WUA)	269
[3] Die EU-Schutzdauerrichtlinie	270
[4] Stellungnahme	270
bb) Der Plagiatsfall bei musikverlegten Werken	271
(1) Definition	271
(2) Plagiate bei Musikwerken	271
(3) Abgrenzung von unfreier und freier Musiknutzung	272
(4) Der Melodienschutz bei Musikverlagswerken	273
(5) Folgen des Plagiats	274
(a) Vorgehen gegen den Plagiator wegen	
der Urheberrechtsverletzung	274
(aa) Beseitigung und Unterlassung	274
(bb) Vernichtung der Vervielfältigungsstücke	275
(cc) Schadensersatz	275
(dd) Herausgabe des Gewinns	276
(ee) Bereicherung	276
(b) Probleme im Plagiatsprozess	276
(aa) Aktivlegitimation des Verlages	276
(bb) Passivlegitimation	276
(c) Konsequenzen aufgrund des Plagiats in der Beziehung	
zwischen Urheber und Verleger	277
(d) Strafrechtliche Konsequenzen	277
(e) Zusammenfassung	277
b) Störungen bei Überlassung und Vollendung des Musikwerks	278
aa) Untergang des Musikwerks	278
bb) Verspätete Übergabe	278
cc) Fehler in der äußeren Beschaffenheit	278
dd) Vollendung des Werkes ist wegen Krankheit oder Tod	
unmöglich oder unzumutbar	278
c) Mängel des Musikwerks	279

INHALTSVERZEICHNIS

aa) Mangelnde inhaltliche Beschaffenheit des Werkes	280
bb) Gewährleistungsrechte des Verlegers	280
cc) Schadensersatz und Rücktritt	280
d) Störungen, die der Verleger zu verantworten hat	280
aa) In Bezug auf das Druckrecht	280
bb) Verletzung beim handelsüblichen Einsetzen	281
cc) Außerordentliche Kündigung bei unzureichendem Einsatz	281
dd) Schadensersatz bei unzureichendem Einsatz	282
e) Probleme bei der Vergütungspflicht	282
f) Sonstige Pflichtverletzungen der Vertragsparteien	282
g) Störung der Geschäftsgrundlage beim Musikverlagsvertrag	283
9. Beendigung von Musikverlagsverträgen	283
a) Das Rückrufsrecht wegen Nichtausübung	284
aa) Anwendungsbereich	284
bb) Rückrufsberechtigung	284
cc) Die Voraussetzungen des Rückrufs	284
(1) Fehlende oder unzureichende Ausübung	285
(2) Branchenübliche Ausübung bei Verlagen der ernsten Musik ..	286
(a) Notendruck	286
(b) Digitaler Notenvertrieb	287
(c) Aufführungen	297
(d) Tonträgerherstellung	287
(e) Verwertung der Rechte im Ausland	288
(f) Sonstige Rechteverwertung	288
(3) Branchenübliche Ausübung bei U-Musikverlagen	288
(a) Notenherstellung	288
(b) Aktivitäten bei Rundfunk und Printmedien und Promotion	289
(c) Tonträgerherstellung	289
(d) Verwendung von Werken der Musik in Film, Fernsehen und Werbung	290
(e) Neuaufnahmen älterer Werke/Cover-Versionen	290
(f) Online-Aktivitäten	291
dd) Erhebliche Verletzung der berechtigten Interessen	291
(1) Berechtigtes Interesse	291
(2) Erheblichkeit der Interessenverletzung	291
ee) Unzumutbarkeit der Behebung der Gründe	292
ff) Befristung	292
gg) Nachfristsetzung	293
hh) Rechtsfolgen	294
(1) Allgemein	294
(2) Entschädigung des Inhabers des Nutzungsrechts	294
ii) Darlegungs- und Beweislast	294
jj) Zusammenfassung zum Rückruf	295
b) Die Kündigung aus wichtigem Grund (§ 314 BGB)	295
aa) Leistungsbereich	296
bb) Vertrauensbereich	296
cc) Folgen einer Kündigung	296
c) Der Widerruf gem. § 137 Abs. 1 UrhG	297
10. Einordnung der Einzelwerk-Musikverlagsverträge	297
11. Zusammenfassung	298

INHALTSVERZEICHNIS

II.	Der Bearbeiter	298
1.	Freie Werke	299
2.	Verlegte Werke	299
3.	Einordnung	299
III.	Der Exklusivautor	300
1.	Allgemeines	300
2.	Pflichten des Exklusivautors	301
a)	Rechteverschaffung	301
b)	Exkurs »Controlled Composition Clause«	302
3.	Pflichten des Exklusivmusikverlags	303
a)	Auswertung der im Rahmen des Exklusivverhältnisses entstehenden Verlagswerke	303
b)	Pflicht zur Vorschusszahlung	304
4.	Die Besonderheiten bei der exklusiven Bindung von Autoren	304
a)	Verlängerung des Vertrages bis zur Einspielung	304
b)	Die GEMA-Zession	304
c)	Mindestablieferungsverpflichtung	305
d)	Rollierende Vorschüsse	306
5.	Einordnung der Exklusivautorenbeziehung	304
6.	Zusammenfassung	307
IV.	Die Musikverlagsedition	307
1.	Allgemeines	307
2.	Zweck	309
3.	Pflichten des Editionärs	309
a)	Beibringungspflicht des Editionärs	309
b)	Exklusivautorenschaft des Editionärs	311
4.	Pflichten des Verlages	311
5.	Weitere mögliche Inhalte der Editionsvereinbarung	312
a)	Beteiligungsregelung und Dauer	312
b)	Optionen	313
c)	Vorschuss	313
d)	Die Mindesteinbringungspflicht	314
e)	Rechtsdurchsetzung	314
f)	Beendigung	315
6.	Einordnung der Edition	316
7.	Zusammenfassung	316
V.	Die Administration von Musikverlagen	317
1.	Begriff	317
2.	Zweck	318
3.	Aufgaben	318
4.	Aktuelle Entwicklung	319
5.	Einordnung der Administration	320
6.	Zusammenfassung	321
VI.	Der Co-Verlag	321
1.	Allgemeines	321
2.	Co-Verlagsverträge mit Federführung	323
3.	Co-Verlagsvereinbarungen ohne Federführung	325

4.	Auf die zukünftige Co-Verlegung gerichtete Vereinbarungen	326
5.	Einordnung der Co-Verlage	326
6.	Ausblick	326
vii.	Der Subverlag	327
1.	Allgemein	327
a)	Bedeutung	328
b)	Exkurs: Die Problematik unbeanspruchter Vervielfältigungsrechte im Ausland	328
c)	Sinn und Zweck von Subverlagen	330
d)	Definition	331
e)	Abgrenzung zum Propagandavertreter	332
2.	Die Pflichten des Subverlagsnehmers	333
a)	Pflicht zur Veröffentlichung einer gedruckten Subauflage	333
b)	Pflicht zur Auswertung der Nebenrechte	334
c)	Belegexemplare	334
d)	Aufklärungs-, Anzeige- und Auskunftspflichten	335
e)	Beteiligung an den Erlösen	335
aa)	Beteiligung an Notenverkäufen	335
bb)	Erlöse aus Aufführungsrechten, einschließlich Rundfunksende-, Fernseh- und Tonfilmaufführungsrechten	335
(1)	Die unterschiedlichen Verteilungsschlüssel	335
(a)	Londoner Verteilungsschlüssel	336
(b)	Der Stockholmer Verteilungsschlüssel (Kartellschlüssel)	336
cc)	Besonderheiten bei nicht von Verwertungsgesellschaften wahr genommenen Aufführungsrechten	337
dd)	Die Verteilung der Erträge aus mechanischen Rechten	337
(1)	Der regelmäßige Verteilungsschlüssel	337
(2)	Ausnahmeregelung der GEMA	339
ee)	Sonstige Erlöse	339
f)	Die unterschiedlichen Verteilungshöhen der Verteilungspläne der Verwertungsgesellschaften	339
g)	Die Besonderheiten bei angloamerikanischen Subverlegern	340
3.	Ausgewählte Subverlagsproblematik	341
a)	Auswahl von Subverlagen	341
b)	Vertragskonditionen	342
c)	Die Quelle/Einnahme-Problematik »At Source« vs. »At Receipts«	343
d)	Die Querverrechenbarkeit »Cross Collateralisation«	343
e)	Subverlage und Erlösausfuhrproblematiken »Frozen Funds«	344
f)	Die Problematik nicht zugewiesener Werke (»Black Box«-Gelder)	344
g)	Die lokale Übersetzung/Bearbeitung	345
h)	Die Vertragslaufzeit	345
i)	Vorschüsse	346
j)	Prozesse und Gerichtsstand	346
k)	Steuern und Abzüge	347
4.	Einordnung von Subverlagen	347
5.	Ausblick und Zusammenfassung zum Subverlagswesen	348

VIII. Verwertungsgesellschaften	349
1. Geschichte und Aufgaben der GEMA	349
a) Geschichte	349
b) Aufgaben der GEMA	350
2. Musikverlage und GEMA	352
a) Aufnahme von Musikverlagen in die GEMA	353
aa) Angeschlossene Mitgliedschaft	353
bb) Außerordentliche Mitgliedschaft	354
cc) Ordentliche Mitgliedschaft	355
dd) Deutsche und Angehörige der EG-/EWR-Mitgliedstaaten bzw. sonstige Ausländer als berechtigte Verleger	356
b) Mitbestimmung der Musikverlage bei der GEMA	357
aa) Mitgliederversammlung	357
(1) Ausübung der Mitgliedschaftsrechte in der Mitgliederversammlung	357
(2) Das Kuriensystem	358
bb) Aufsichtsrat	359
cc) Vorstand	359
dd) Exkurs: Kreditvergabe und Darlehen an Musikverlage durch die GEMA	359
c) Andere für Musikverlage relevante Verwertungsgesellschaften ...	360
3. Zusammenfassung	362
IX. Ergebnis zu Organisation, Markt, Beteiligte des Musikverlags	364
E. Die besondere Bindung des Musikverlags an die Einzelmedien und ihre Lizenzierung	368
1. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Notenblatt (-heft/-buch)	368
1. Noten und Medien	368
a) Notenblatt	368
b) Notenheft	369
c) Notenbuch (Liederbuch/Songbook)	370
2. Geschichte und Herstellung	370
3. Aktuelle Marktdaten	371
4. Besonderheiten	372
a) Preisbindung	372
b) Ermäßigter Mehrwertsteuer-/Umsatzsteuersatz	374
5. Entwicklungsperspektive	375
6. Einfluss der Musikverlage und Einordnung des Mediums Notenblatt (-heft/-buch)	376
7. Lizenzierung	376
a) Lizenzierung durch den Musikverleger	377
b) Lizenzierung der exklusiven Vergabe an Druckausgabenhäuser ..	377
c) Lizenzierung an Dritte	378
aa) Der Abdruck	378
(1) Liederbuch (nur Text) und Songbuch (Text und Musik)	378
(2) Schulbuch und Gottesdienst	378
(3) Chorsammlung (kirchlich)	378

	(4) Chorsammlung (weltlich)	378
	(5) Instrumentalbereich	379
	(6) Programmheft, Bild-/Tonträgerhefte	379
	(7) Fotokopierlizenzen	379
	(8) Tonträger-Beihefte (Inlaycards), Tonträgerhüllen	379
	(9) Textabdruck in Zeitungen oder Zeitschriften	379
	(10) Anfragen	379
	bb) Materialentschädigung	379
	cc) Vertragsschluss	380
	8. Zusammenfassung	381
II.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Theater/Konzert	381
	1. Musiktheater	382
	a) Begriff und Geschichte	382
	b) Marktstruktur	383
	c) Besonderheiten	384
	aa) Einführung großes/kleines Recht	384
	bb) Aufführungsbereich	385
	(1) Begriff des dramatisch-musikalischen Werkes	386
	(2) Die bühnenmäßige Aufführung eines dramatisch-	
	musikalischen Werkes	386
	cc) Abgrenzungsfälle	386
	(1) Teilaufführungen	386
	(2) Nicht-dramatisch-musikalische Werke als integrierender	
	Bestandteil einer Bühnenaufführung	387
	(3) Vertanzte Musik	387
	(4) Bühnenmusiken, Bühnenschauen, Filmbegleitmusik,	
	Einlagen, melodramatische Aufführungen und Kabarett-	
	aufführungen	388
	dd) Sendungsbereich	389
	d) Lizenzierung	389
	aa) Zwischen Musikverleger und Verfasser	389
	bb) Zwischen Musikverleger und Dritten	390
	(1) Theaterproduktionsfirmen und Bühnenverleger	390
	(2) Tourneeveranstalter und Einzelspielstätten	390
	2. Konzertveranstaltung	391
	a) Begriff	391
	b) Geschichte	391
	c) Aktuelle Marktdaten	392
	d) Entwicklungsperspektive	392
	e) Lizenzierung	392
	3. Einordnung und musikverlegerischer Einfluss	393
	4. Zusammenfassung	395
III.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Tonträger	395
	1. Einleitung	396
	2. Aktuelle Marktdaten	397
	3. Besonderes: »Cent Rate« und Rechteherausnahme	398
	a) US-Cent Rate vs. prozentuale Abgaben	
	bei mechanischen Rechten	398
	b) Die Herausnahme der mechanischen Rechte aus der GEMA	400

INHALTSVERZEICHNIS

4. Musikverlegerische Einflussnahme	400
5. Lizenzierung	402
6. Zusammenfassung	403
iv. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Hörfunk	404
1. Einleitung	404
2. Aktuelle Marktdaten	404
3. Musikverlegerische Einflussnahme	405
4. Lizenzierung	407
a) Wahrnehmung von Werbung im Hörfunk	407
b) Wahrnehmung der Senderechte	408
5. Zukünftige Entwicklung	409
6. Zusammenfassung	410
v. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Fernsehen	411
1. Einleitung	411
2. Aktuelle Marktdaten	411
3. Einflussnahme der Musikverlage	412
4. Lizenzierung	413
a) Musikverlage	413
aa) Wahrnehmung der Senderechte	413
bb) Wahrnehmung von Werbung im Fernsehen	413
b) GEMA	414
aa) Allgemeines	414
5. Entwicklungsperspektiven	415
a) Web-TV	415
b) Internet-Protokoll-TV	415
c) Peer to Peer-TV	415
6. Zusammenfassung	417
vi. Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Film	418
1. Einleitung	419
2. Aktuelle Marktdaten	420
3. Musikverlegerische Einflussnahme	421
4. Lizenzierung	423
a) Musikverlage	423
aa) Dramaturgische Musik	423
bb) Vorbestehende Musikwerke	424
cc) Lizenzpraxis	425
(1) Filmmusiklizenz im Kino	426
(2) Filmmusik im Fernsehen	427
(3) Musikverlegerische Verwaltung der Filmmusik	428
b) Die Wahrnehmungspraxis bei Musik im Medium Film im Spannungsfeld zwischen Verwertungsgesellschaften und Musikverlagen	428
aa) Das Filmherstellungsrecht	429
bb) Der Rückruf des Filmherstellungsrechts durch Musikverlage	429
cc) Das Recht zur Herstellung einer Fernsehproduktion	430
5. Entwicklungsperspektiven	430
6. Zusammenfassung	430

VII.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Video	431
1.	Einleitung	431
2.	Aktuelle Marktdaten	432
3.	Zukünftige Entwicklung	432
4.	Lizenzierung	433
a)	Musikverlage	433
aa)	Herstellung von Videokassetten und DVD Video	433
bb)	Öffentliche Vorführung von Videofilmen/Bildtonträgern	433
cc)	Das Problem der Videozweitauswertung	434
b)	GEMA	434
5.	Musikverlegerische Einflussnahme	434
6.	Zusammenfassung	435
VIII.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums (Mobil-)Telefon	435
1.	Einleitung	435
2.	Aktuelle Marktdaten	436
3.	Entwicklungsperspektive	437
4.	Musikverlegerische Einflussnahme	437
5.	Lizenzierung	438
a)	Allgemeines	438
b)	Lizenzierung	439
(aa)	Monophone Klingeltöne	439
(bb)	Polyphone Klingeltöne	440
(cc)	Real Tone-/True Tone-/Master Tone-Klingeltöne	440
(dd)	Freizeichenmelodie/Ring-up Tone	441
(ee)	Mobile Karaoke/Soundlogo/Liedtext	442
(ff)	Video Tone	442
(gg)	Mobiler Download	442
(hh)	Mobiles Streaming (Download)	443
(ii)	BGH Urteil Handyklingeltöne vom 18.12.2008	443
6.	Zusammenfassung	445
IX.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums Multimedia	447
1.	Einleitung	447
2.	Aktuelle Marktdaten	450
3.	Entwicklung	451
4.	Musikverlegerische Einflussnahme	451
5.	Lizenzierung	452
a)	Musikverlage	453
aa)	Elektronische Multimedia-Publikationen/printähnlich	453
bb)	Elektronische Multimedia-Publikationen/filmähnlich	454
cc)	Bildschirmspiel	455
dd)	Karaoke (ohne Game-Anteil)	456
ee)	Arcade-Spielgeräte	457
b)	GEMA	457
6.	Zusammenfassung	458
X.	Musikverlage und die Lizenzierung des Mediums World Wide Web	458
1.	Einleitung	459
a)	Allgemeine technische Voraussetzungen	460

INHALTSVERZEICHNIS

aa) Software	460
bb) Endgeräte	460
cc) Bandbreite	461
dd) Digitalisierung von Musikwerken	461
ee) Kompressionsstandards	462
b) Akteure	462
aa) Provider	462
(1) Access-Provider	462
(2) Content- oder Information-Provider	463
(3) Host-Provider, Online-Dienste, Presence- oder Service-Provider	463
(4) Netz-Provider	463
bb) Exkurs: Music Aggregator	463
c) Geschichte der Musik im Netz	463
2. Aktuelle Marktdaten	467
3. Aktuelle Entwicklung von Musik im World Wide Web	467
4. Musikverlegerische Einflussnahme	468
5. Lizenzierung	469
a) Music on Demand	470
b) Video on Demand	470
c) Webradio und Podcasting	471
d) Online-Musiknutzung gewerblicher Websites und elektronische Grußkarten/gewerbliche Emails	471
e) Labelwebseiten und Künstlerwebseiten	472
f) Live-Events	472
g) Online-In-Game-Advertising et al.	472
h) Songtextseiten	473
6. Zukunft der Online-Rechtswahrnehmung	473
a) Wahrnehmung durch die Verlage selbst	473
b) Europäischer One-Stop-Shop für die Online-Lizenzierung	475
aa) Allgemeines	475
bb) Stellungnahme	477
c) Musik-Flatrate	479
7. Zusammenfassung	480
F. Ergebnis zum Zweiten Teil	483
Dritter Teil: Zusammenfassung und Ausblick	483
1. Zum Ersten Teil	487
1. Finanzinvestorverlag	488
2. Verzinsliche Wertpapiere	490
a) Gewinnschuldverschreibungen	490
b) Anleihe	490
c) Securitisation	491
aa) Grundlagen einer Whole Business Securitisation	492
bb) Whole Business Securitisation bei Musikverlagen	492

INHALTSVERZEICHNIS

(1) Wirtschaftliche Sicherstellung des Cashflow von Musikverlagsrechten	493
(2) Rechtliche Kontrolle über den Cashflow von Musikverlagsrechten	493
cc) Abwägung	493
3. »Globaler Verlagsrechteverwalter« und »vernetzter Musikverlag« ..	494
a) »Globaler Verlagsrechteverwalter«	494
b) Vernetzte Musikverlage	495
II. Zum Zweiten Teil	496
1. Die juristische Bindung der Beteiligten an den Musikverlag	496
a) High-End-Musikverlagsdienstleistungen	497
b) Globale Rechteverwaltung bzw. vernetzter Verlag	497
c) Produzierender Musikverlag	498
d) Archivmusikverlag	498
e) Digitalmusikverlag	499
f) 360° Musikverlagsmodell	500
2. Die besondere Bindung des Musikverlags an die Einzelmedien und ihre Lizenzierung	501
a) Abnahme des musikverlegerischen Einflusses	501
b) Zunahme der Einzeltransaktionen	501
c) Kompliziertes Lizenzierungsschemata	502
aa) GEMA	502
bb) Musikverlage	505
 Erklärung zum digitalen Anhang	 510
Literaturverzeichnis	511
Rechtsprechungsverzeichnis	528
Namens- und Stichwortverzeichnis	538