

WERBEFILMPRODUZENTEN c/o TWF TREUHANDGES. WERBEFILM MBH
THOMAS-WIMMER-RING 9 80539 MÜNCHEN

An alle Mitglieder

München, 05.07.2018

Dr. Martin Feyock

T +49 (0)89 95 45 773-80

MF@werbefilmproduzenten.de

Neue GEMA Tarife

Liebe Mitglieder,

nachfolgend einige Informationen zur Verwendung von Musik in der Werbung:

Nutzung von Filmen auf der eigenen Website des Werbefilmproduzenten:

In jüngster Zeit hat die GEMA informiert, dass ein neuer Tarif für die Lizenzierung von Websites gilt. Die Lizenzverträge werden demnach angepasst. Für den gesamten Bereich Internetnutzung gilt nunmehr der Tarif VR-OD 10 (Anlage 1). Zudem existiert eine Vereinbarung zwischen der Allianz und der GEMA (Anlage 2). Danach kann man eine Reduzierung des Tarifs um 20% beanspruchen.

Für die Verwendung der eigenen Werke ist das Lizenzpaket Nr. 5 Video-on-Demand, Streaming einschlägig. Da die Anzahl der Abrufe bei B2B-Websites gering sein dürfte, sollte das Abrufpaket 1 Anwendung finden. Danach kostet die Verwendung je Website im Jahr 240,00 EUR minus 20% Rabatt, wenn auf dieser Grundlage eine Vereinbarung zustande kommt. Im Rahmen der Lizenzierung muss sich der Lizenznehmer verpflichten, die genutzten Werke zu melden. Das wäre mit einem erhöhten Aufwand verbunden. Unsere Erfahrung ist,

dass die GEMA diese Verpflichtung nicht überprüft. Das ist bei einem Umsatz von rund 200 Euro im Jahr auch verständlich. Allein der Übertrag ständiger aktueller Nutzungsmeldungen in das System, würde zu erheblichen Kosten führen. Zweck ist ja nur die Zuweisung dieser Gelder an die Komponisten, die dann geringe Zuweisungen erhielten. Wir haben den Eindruck, dass dann, wenn gar keine Meldung erfolgt, das Geld in „den großen Topf“ kommt. Wer die GEMA kennt, könnte vermuten, dass dies auch dann geschieht, wenn Meldungen erfolgen.

Social Media:

Aufgrund der Vereinbarung zwischen YouTube bzw. Facebook, Instagram mit der GEMA sind, ähnlich wie im Falle der Fernsehausstrahlung, die Nutzungen von Werbefilmmusik über diese Kanäle direkt von dem Plattformbetreiber abgedeckt. Der Lizenzvertrag liegt uns allerdings nicht vor. Nach unseren Informationen gilt die Vereinbarung auch für die Preroll-Werbeschaltung.

Zum Hintergrund:

Vor der Einigung war Stand der Rechtsprechung aufgrund von Entscheidungen des OLG Hamburg und des OLG München, dass nicht YouTube als technische Plattform, sondern der Uploader, - in unserem Fall der Kunde - für die Nutzung der Musik haftet. Ein Fall liegt derzeit beim BGH. Die GEMA hat sich dennoch erst kürzlich auf „freiwilliger Basis“ mit den Social Media Plattformen geeinigt. Danach sind die Nutzungen der Kunden im Bereich Social Media über die Vergütung, die die Plattformen zahlen, abgedeckt.

Was bedeutet dies für die Praxis:

Grundsätzlich akquiriert der Werbefilmproduzent als Filmhersteller im Auftrag des Kunden die Rechte an der

Komposition und ggf. Songtexten sowie die Leistungsschutzrechte an der Tonträgerproduktion sowie den Musikern. Dies ist meist unproblematisch, soweit es sich um eine reine Auftragsmusik handelt. In der Regel sind die Musik-Producer Komponisten, Texter, Musiker und Produzenten des Tonträgers in einer Person. Diese können grundsätzlich Total-Buyouts vereinbaren.

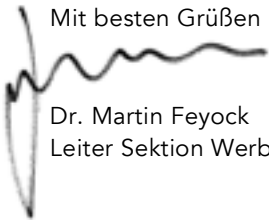
Die Situation wird dann komplizierter, wenn der Producer als Komponist Mitglied der GEMA ist und die Nutzungsrechte für den Bereich Social-Media pauschal an die GEMA abgetreten und sie dem Produzenten insoweit nicht einräumen kann. Das muss nicht unbedingt der Fall sein, da spätestens seit der Einführung des VGG jedes GEMA-Mitglied das Recht hat, seine Rechte für bestimmte Nutzungsarten bei der GEMA isoliert zu kündigen.

Die GEMA-Mitgliedschaft der Komponisten war in der Vergangenheit noch kein Problem, da der wichtige Bereich der Fernsehausstrahlungen durch Lizenzverträge zwischen den Fernsehsendern und der GEMA abgedeckt waren. Vergütungspflichtig für den Kunden waren dann nur überschaubare Nebennutzungen wie Kinowerbung und öffentliche Aufführungen. Deshalb wird in den Filmherstellungsverträgen standardmäßig vereinbart, dass der Werbefilmproduzent auf diese Rechteeinschränkung hinweist, soweit es um die Nutzungen geht, die bei der GEMA liegen. Dazu können auch die Rechte für Social Media gehören.

Social Media hat die Vorhersehbarkeit von Kosten der Musikknutzung verändert, weil diese Kanäle plötzlich sehr wichtig wurden und für die Kunden nicht transparent war, welche Kosten auf sie zukommen und wer dafür haftet. Es ist bis heute nicht vollends entschieden, ob der Uploader (Kunde) urheberrechtlich verantwortlich ist oder die Plattform. Auch ist derzeit noch völlig ungeklärt, welche Lizenzgebühr bei den Nutzungen anfallen. Dies hat nach unserer Kenntnis im Markt teilweise dazu geführt, dass die Kunden GEMA-freie Musik einsetzen wollten, um einen Buyout mit dem Komponisten zu ermöglichen. Dieser Druck dürfte für die GEMA-Komponisten aufgrund der vorliegenden Einigung jetzt weggenommen sein, da die Einsätze im Bereich Social Media jetzt von den Plattformen lizenziert werden.

Grundsätzlich sehen wir aus der Interessenlage der Werbefilmproduzenten und ihrer Kunden diese Entwicklung positiv. Gleichfalls wie bei der Vergütung für TV-Ausstrahlungen, erhält der Werbefilmkomponist potentiell zusätzliche Einnahmen aus den Nutzungen im Bereich Social Media. Dies dürfte den Preisdruck für die Werbefilmproduzenten und die Kunden etwas dämpfen. Allerdings gibt es bislang wohl keinerlei Erfahrungswerte, welche Vergütungen zugunsten der Komponisten zu erwarten sind.

Mit besten Grüßen



Dr. Martin Feyock
Leiter Sektion Werbung