

TARIF RADIO

*für die Nutzung von Werken des GEMA-Repertoires durch Veranstalter von Hörfunk
(alle Sendarten ohne Premium-Radio)*

Nettobeträge zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer

13.07.2023

I. Vergütung

1. Regelvergütung

Die Regelvergütung besteht aus einem prozentualen Beteiligungssatz an den sendungsbezogenen Einnahmen des Hörfunkveranstalters, in Abhängigkeit des jeweiligen Musikanteils des Gesamtprogramms. Je nach Umfang des veranstalteten Angebots findet eine Lizenzierung nach Paket 1 oder Paket 2 statt:

- a. Die Regelvergütung für Paket 1 beträgt 7,5 Prozent bei 100 Prozent Musikanteil.
Paket 1 umfasst ausschließlich die Rechteeinräumung für die lineare Hörfunksendung (einschließlich IP-Simulcast). Nicht umfasst sind Programm begleitende Onlinenutzungen, die Veranstaltung und Übernahme zusätzlicher Webradioprogramme, zusätzliche interaktive Angebote sowie Prelistenings.
- b. Die Regelvergütung für Paket 2 beträgt 7,7 Prozent bei 100 Prozent Musikanteil.
Paket 2 umfasst über die Rechteeinräumung für die lineare Hörfunksendung hinaus die Rechteeinräumung für Programm begleitende Onlinenutzungen, die Veranstaltung von bis zu 100 zusätzlichen Webradioprogrammen, Prelistenings sowie die Integration von personalisierter Werbung und/oder alternativer Servicemeldungen in die Sendefolge. Nicht umfasst sind weitere zusätzliche interaktive Angebote.

Der Vergütungssatz berechnet sich nach folgender Formel:

Höchstsatz 7,5 Prozent bzw. 7,7 Prozent für 100 Prozent Musikanteil, dividiert durch 100, multipliziert mit dem Musikanteil des Programms = Vergütungssatz

Beispiel bei 78 Prozent Musikanteil in Paket 1: $7,5 / 100 \times 78 =$ Vergütungssatz 5,85 Prozent.

Die Vergütungssätze werden auf 2 Nachkommastellen gerundet.

2. Mindestvergütung

- a. Die monatliche Mindestvergütung berechnet sich nach dem weitesten Hörerkreis. Sie beträgt für die Sendung des Programms
 - ohne Programm begleitende Onlinenutzungen: EUR 0,0102 je Hörer/-in
 - inklusive Programm begleitende Onlinenutzungen: EUR 0,01224 je Hörer/-in

- b. Sendezeit
Beträgt die Sendezeit weniger als 24 Stunden täglich und/oder 7 Tage pro Woche, so ermäßigt sich die Vergütung im Verhältnis entsprechend, es werden jedoch mindestens 42 Stunden pro Woche zugrunde gelegt.
Die Sendezeiten werden jeweils auf volle Stunden aufgerundet.
- c. Der Musikanteil wird wie unter Ziffer II. 7. ermittelt und in einer-Stufen berücksichtigt. Enthält das Programm weniger als 100 Prozent Musikanteil, so ermäßigt sich die Vergütung entsprechend.
- d. Als Mindestbetrag sind monatlich 32,50 EUR zu zahlen bzw. 40,00 EUR inklusive Programm begleitende Onlinenutzung. Von diesem Betrag werden keine Abzüge vorgenommen (z. B. Gesamtvertragsrabatt).

3. Einräumung eines Nachlasses

Den Mitgliedern von Nutzervereinigungen, mit denen die GEMA einen Gesamtvertrag im Sinne von § 35 VGG geschlossen hat, wird nach Maßgabe der Bestimmungen des Gesamtvertrages bei Einhaltung aller Vertragspflichten vorbehaltlich Ziffer I. 2. d. ein Gesamtvertragsnachlass von 20 Prozent auf die Vergütungssätze eingeräumt.

II. Allgemeine Bestimmungen

1. Anwendungsbereich

Hörfunk im Sinne dieses Tarifes ist die Sendung in Form eines linearen Programms, d.h. eine nach einem Sendeplan¹ zeitlich geordnete, zum zeitgleichen Empfang an die Öffentlichkeit gerichtete Folge von Inhalten, bezogen auf die Gesamtsendezeit (z. B. das 24-Stunden-Programm), und welches keine interaktiven Möglichkeiten für den/die Hörer/-in vorsieht (zum Beispiel „Pause“, „Titel überspringen“).

Der Tarif umfasst alle technischen Sendarten, wie zum Beispiel die terrestrische, kabelgebundene und satellitäre Sendung, die Sendung im Internet oder über Mobilfunk-Datennetze.

Ausgenommen sind alle Radiodienste, die unter den Anwendungsbereich des Tarifes Premium-Radio fallen.

Nach § 44b Abs. 3 UrhG ist die automatisierte Analyse von einzelnen oder mehreren digitalen oder digitalisierten Werken, um daraus Informationen insbesondere über Muster, Trends und Korrelationen zu gewinnen (Text und Data Mining), nur zulässig, wenn sich der Rechtsinhaber diese Handlungen nicht vorbehalten hat. Die GEMA erklärt diesen Vorbehalt ausdrücklich für das von ihr vertretene Repertoire. Der zu lizenzierende Dienst ist verpflichtet, den Nutzungsvorbehalt bei der öffentlichen Zugänglichmachung der von der GEMA lizenzierten Werke in maschinenlesbarer Form in einer Weise zu erklären, dass Dritte die lizenzierten Werke nicht unter § 44b UrhG vergütungsfrei nutzen können. Der Diensteanbieter wird zudem bei der öffentlichen Zugänglichmachung darauf hinweisen, dass für beabsichtigte Nutzungen zum Text- und Data Mining Kontakt mit der GEMA aufzunehmen ist.

2. Rechteeinräumung

- a. Der Tarif findet unter der Voraussetzung Anwendung, dass die Rechteeinräumung der GEMA vor Beginn der Nutzung durch Abschluss eines entsprechenden Einzelnutzervertrages erworben wird.
- b. Die Einwilligung erstreckt sich je nach gewähltem Paket auf die Nutzung folgender Rechte:
 - aa. lineare Sendung
 - Das Recht zur Sendung von Werken des GEMA-Repertoires im Rahmen des eigenen Sendebetriebs auf die jeweils von dem/der Lizenznehmer/-in selbst genutzten technischen Sendarten. Das Senderecht wird unabhängig von der verwendeten Übertragungstechnik und unabhängig von dem verwendeten Endgerät eingeräumt.
 - Das Vervielfältigungsrecht von Werken des GEMA-Repertoires für eigene Sendezwecke.

¹ Umfasst sind von Software generierte Sendefolgen, sofern die Parameter von natürlichen Personen bestimmt werden.

bb. Programm begleitende Onlinenutzungen

Die Rechtseinräumung umfasst und ist beschränkt auf sämtliche nichtausschließliche Rechte am GEMA Repertoire, die für Nutzungshandlungen des zu lizenzierenden Dienstes zum Zwecke des Bereithaltens von Musikwerken zum Abruf im Wege des Downloads und/oder Streamings durch die Öffentlichkeit erforderlich sind und die der GEMA durch ihren Berechtigungsvertrag oder über ihre ausländischen Schwestergesellschaften zum Beispiel über Gegenseitigkeitsverträge eingeräumt wurden. Dies beinhaltet auch das Bereithalten zum Abruf zum Zweck eines Tethered Downloads, bei dem eine eingeschränkte Kopie auf einem Endgerät beim/ bei der Endnutzer/-in zum privaten Gebrauch abgespeichert wird.

- c. Für die Nutzung dramatisch-musikalischer Werke des Großen Rechts sowie für die Benutzung eines Werkes zu Werbezwecken ist die Einwilligung in jedem Fall gesondert beim Berechtigten einzuholen.

3. Lizenzierung von Pay-Radio

- a. Im Hinblick auf das von ihr verwaltete Repertoire räumt die GEMA einfache Nutzungsrechte jeweils an die Werknutzer/-innen ein.
- b. Wird ein Hörfunkprogramm als Pay-Radio über eine oder mehrere so genannte Vermarktungsplattformen verbreitet und werden die Einnahmen aus Pay-Radio zwischen dem/der Betreiber/-in einer Vermarktungsplattform (dem/der Vermarkter/-in von Pay-Radio-Programmen gegenüber dem/der Endkunden/-in, nachfolgend „Vermarkter“²) und den Content-Lieferanten aufgeteilt, so leisten sowohl der jeweilige Vermarkter als auch die Content-Lieferanten jeweils in Bezug auf ihre eigene Erlösbeteiligung Zahlungen an die GEMA. Jeder Beteiligte muss jeweils seine eigenen Einnahmen an die GEMA abrechnen. Die Rechteeinräumung erfolgt für jedes Programm erst dann, wenn sowohl der Content-Lieferant als auch sämtliche Vermarkter, die das Programm vermarkten, einen entsprechenden Lizenzvertrag mit der GEMA abgeschlossen oder die vollständige Vergütung nach dem Tarif Radio entrichtet haben. Eingeräumte Rechte erlöschen automatisch, sobald das Programm über eine Vermarktungsplattform verbreitet wird, deren Betreiber keinen entsprechenden Lizenzvertrag mit der GEMA abgeschlossen oder nicht die vollständige Vergütung nach dem Tarif Radio entrichtet hat bzw. ein abgeschlossener Lizenzvertrag beendet oder die Zahlung der vollständigen Vergütung verweigert wird. Für den Fall, dass einer oder mehrere der Beteiligten sich dem notwendigen Vertragsschluss oder der Zahlung der vollständigen Vergütung nach dem Tarif Radio verweigert bzw. verweigern, zumindest einer der Beteiligten jedoch den Vertrag abschließt und sich vertragskonform verhält, wird die GEMA die Ausstrahlung des entsprechenden Programms bzw. der entsprechenden Programme dulden.

4. Räumlicher Geltungsbereich

Die Nutzung der in Ziffer 2. und 3 genannten Rechte ist beschränkt auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Die Sendung über Satellit umfasst den gesamten Direktempfangsbereich, sofern der Satellitenuplink i. S. v. § 20 a Absatz 3 UrhG von Deutschland aus geschieht.

Hinsichtlich Programm begleitender Onlinenutzungen ist dies der Fall, wenn das Online-Angebot von Deutschland von einem nationalen Anbieter aus betrieben wird. Dies ist der Fall, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

- Entweder der Hauptsitz des Anbieters befindet sich in Deutschland, hilfsweise die Mehrheit der Mitarbeiter/-innen ist in Deutschland tätig oder die Buchprüfung findet in Deutschland statt („economic residence“)
- oder das Sammeln der Nutzerdaten und die Buchführung erfolgt in Deutschland sowie das Unternehmen ist für Steuerzwecke in Deutschland registriert. Im Zweifelsfall ist der steuerrechtlich relevante Sitz des Unternehmens ausschlaggebend („principal place of operation“).
- Der Dienst wird in deutscher Sprache angeboten.

² Bei der zeitgleichen Weitersendung von Free-Radio-Programmen gelten bezüglich der von der GEMA wahrgenommenen Rechte der Gemeinsame Tarif Kabelweitersendung bzw. die Regelungen der Gesamtverträge Kabelweitersendung.

5. Ermittlung der Regelvergütung

a. Sendungsbezogene Einnahmen (exkl. USt) nach Ziff. I. 1. sind:

- aa. Beitragseinnahmen;
- bb. Werbeeinnahmen (Werbung inkl. Pre-, Mid- und Post-roll-advertisements, Bannerwerbung, Sponsoring und Bartering, inkl. Einnahmen aus Simulcast);
- cc. Einnahmen aus Media for Equity
- dd. Erlöse aus Produktplatzierung / Produktbeistellung;
- ee. Einnahmen aus Pay-Radio;
- ff. Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen;
- gg. Radioshopping;
- hh. Spenden

Ähnliche sendungsbezogene wirtschaftliche Vorteile werden in Höhe des ihnen entsprechenden Wertes berücksichtigt. Die Einnahmen sind je Programm gesondert zu ermitteln.

b. Vergütung aus Werbeeinnahmen (Werbung inkl. Pre-, Mid- und Post-roll-advertisements, Bannerwerbung, Sponsoring und Bartering, inkl. Einnahmen aus Simulcast)

Die Werbeeinnahmen können vor Ermittlung der Vergütung im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden (Nettowerbeeinnahmen). Bei Einnahmen aus Bartering ist der Bruttolistenpreis der Werbezeit (exkl. USt) zugrunde zu legen. Die Einnahmen aus Barteringsgeschäften können im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden.

Liegen die Einnahmen für Bartering nach Vornahme dieser Abzüge unter 10 Prozent oder über 25 Prozent des Bruttolistenpreises, so werden sie für die Zwecke der GEMA-Abrechnung auf 10 Prozent aufgestockt bzw. auf 25 Prozent abgesenkt.

Von den Nettoeinnahmen pro Programm aus Werbung, Sponsoring und Bartering ist ein weiterer Abzug für Akquisitionsaufwendungen nach den folgenden Vorgaben zulässig:

- (1) Vermarktung erfolgt durch große Handelsvertreter / Vermarktungsorganisation (50 Mio. EUR Gesamtumsatz exkl. USt oder mehr pro Jahr): 7 Prozent;
- (2) Vermarktung erfolgt durch kleinere Handelsvertreter / Vermarktungsorganisation (bis 50 Mio. EUR Gesamtumsatz exkl. USt pro Jahr): 11 Prozent;
- (3) Vermarktung erfolgt durch den/die Lizenznehmer/-in selbst:
 - (a) für die ersten 2 Mio. EUR pro Jahr: 15 Prozent;
 - (b) für den über 2 Mio. EUR pro Jahr hinausgehend Betrag: 11 Prozent.

c. Einnahmen aus Media for Equity:

Einnahmen aus Media for Equity zählen ab dem Jahr 2018 zu den abzurechnenden Einnahmen. Dabei wird Unternehmen (insbesondere Start-ups) Werbezeit (Medialeistungen) in Angeboten von Hörfunkunternehmen zur Eigenwerbung zur Verfügung gestellt. Dafür erhält derjenige, der die Werbezeit bereitstellt, anstelle einer Geldleistung eine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an diesem Unternehmen (Mediafor-Equity-Vereinbarung). Von diesen Einnahmen können keine weiteren Abzüge vorgenommen werden.

d. Vergütung aus Erlösen aus Produktplatzierung / Produktbeistellung:

Die Einnahmen aus direkter entgeltlicher Produktplatzierung können vor Ermittlung der Vergütung im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden (Nettoeinnahmen).

Von den Nettoeinnahmen ist ein weiterer Abzug für Akquisitionsaufwendungen in Höhe von pauschal 20 Prozent zulässig.

e. Vergütung aus Einnahmen aus Pay-Radio:

Einnahmen aus der Veranstaltung von Pay-Radio umfassen sämtliche von Abonnenten des Programms erzielte Erlöse des/der Lizenznehmers/-in (exklusive Umsatzsteuer). Werden Pay-Radio -Erlöse zwischen dem/der Betreiber/-in einer Vermarktungsplattform (dem Vermarkter von Pay-Radio -Programmen gegenüber dem/der Endkunden/-in,

nachfolgend „Vermarkter“³) und den Content- Lieferanten aufgeteilt, so rechnet jede/jeder Beteiligte gegenüber der GEMA seine tatsächliche Erlösbeteiligung ab.

Der/die Vermarkter/-in ist berechtigt, von den von ihm/ihr abzurechnenden Pay-Radio Erlösen (1.) pauschalierte Akquisitionskosten in Höhe von 22,5 Prozent seiner/ihrer tatsächlichen Erlösbeteiligung plus (2.) 12,5 Prozent der tatsächlichen Erlösbeteiligungen aller Content- Lieferanten in Abzug zu bringen. Die Content-Lieferanten sind berechtigt, von den von ihnen abzurechnenden Pay-Radio Erlösen jeweils pauschalierte Akquisitionskosten in Höhe von 10 Prozent ihrer tatsächlichen Erlösbeteiligung abzuziehen.

f. Vergütung aus Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen:

TK-Erlöse sind die Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen durch Zuhörer/-innen, welche in unmittelbarem Zusammenhang mit der Sendung stehen und dem/der Lizenznehmer/-in tatsächlich zufließen (z.B. Telefon, SMS, Fax). Es wird davon ausgegangen, dass 53 Prozent der TK-Einnahmen in unmittelbarem Zusammenhang mit der Nutzung der Rechte gemäß Ziffer II. 2. stehen und somit als Einnahmen im Sinne von Ziffer II. 5. a. ff. gelten. Von den relevanten TK-Einnahmen können keine weiteren Abzüge vorgenommen werden.

g. Vergütung aus Radioshopping-Einnahmen:

Einnahmen aus Radioshopping ist der Erlös aus dem Verkauf von Waren (Netto-Warenumsatz). Dieser berechnet sich aus dem tatsächlichen Gesamtwarenumsatz abzüglich des Wareneinsatzes.

Bei dem Verkauf von Reisen sind die für Vermittlungsdienstleistungen von den Reiseveranstaltern selbst oder von sonstigen Dritten erhaltenen Provisionen als Einnahmen zu berücksichtigen, soweit die Provisionen auf im Teleshopping-Programm beworbene Reisevermittlungen zurückzuführen sind (vergütungsrelevante Provisionseinnahmen).

Bei dem Verkauf von Musikwerken und Rufnummernmelodien als Download werden die über eine Bewerbung im Radioshoppingprogramm generierten Verkaufserlöse ohne Umsatzsteuer als Einnahmen berücksichtigt abzüglich der Urhebervergütung nach den Online-Tarifen der GEMA.

h. Spenden:

Spenden sind die Einnahmen des/der Lizenznehmers/-in, die diesem/dieser unmittelbar zur Programmfinanzierung zufließen. Nicht hierunter fallen Spenden, die für Dritte eingehen (zum Beispiel Weihnachtsaktion).

i. Vergütung aus Einnahmen aus Programm begleitenden Onlinenutzungen:

Einnahmen aus Programm begleitenden Onlinenutzungen werden bei der Ermittlung der Bemessungsgrundlage nach Ziffer 5. b. bis h. berücksichtigt.

6. Ermittlung der Mindestvergütung

Als weitester Hörerkreis (WHK) nach Ziffer I. 2. a. gilt gemäß den im Markt üblichen Zahlen die Anzahl der Personen, die angeben, das Programm innerhalb der letzten 14 Tage (Mo bis So) gehört zu haben, wobei jede Person nur einmal gezählt wird.

Abweichend hiervon gilt Folgendes:

a. Bei Abonnement-Radio wird die Zahl der Abonnenten berücksichtigt;

b. Bei der Internetsendung, die nicht Abonnement-Radio ist, wird zur Ermittlung des WHK auf die gemittelte Anzahl der individuellen tatsächlichen Hörer/-innen („unique user“) pro Tag, multipliziert mit dem Faktor 4, abgestellt.

Die Identifizierung der Hörer erfolgt in der Regel über deren IP-Adresse, über Cookies und/oder über ein bei der Registrierung festgelegtes Passwort.

7. Musikanteil

Musikanteil ist der Musikanteil des Gesamtprogramms, welches sich zusammensetzt aus dem Anteil „gespielte beziehungsweise angespielte Musiktitel“ und dem Anteil „Musik in Werbespots, Jingles, Senderkennungen, Musikbetten für Wortbeiträge etc.“.

Musikanteil ist die Sendezeit der Musik des GEMA-Repertoires im Verhältnis zur Gesamtsendezeit des Programms.

³ Bei der zeitgleichen Weitersendung von Free-Radio-Programmen gelten bezüglich der von der GEMA wahrgenommenen Rechte der Gemeinsame Tarif Kabelweitersendung bzw. die Regelungen der Gesamtverträge Kabelweitersendung.

Der Musikanteil wird auf volle Zahlen kaufmännisch gerundet und bei Ermittlung der Regelvergütung und Mindestvergütung in Einer-Stufen berücksichtigt. Bei gemeinsamer Veranstaltung eines Programms durch mehrere Lizenznehmer/-innen ist jeweils der Musikanteil des gesamten Programms maßgeblich.

8. Sonstiges

- a. Wiedergabevorrichtungen Dritter (Tonträger) dürfen im Rahmen des Sendebetriebs nur verwendet werden, wenn die Rechte zur Herstellung dieser Wiedergabevorrichtungen durch die Dritten ordnungsgemäß bei den Berechtigten erworben worden sind.
- b. Die von der GEMA erteilte Einwilligung umfasst nur die ihr zustehenden Rechte. Sie berechtigt nicht zur sonstigen Nutzung der durch Rundfunk gesendeten Werke vorbehaltlich der Programm begleitenden Onlinenutzung. Rechte Dritter bleiben unberührt.
- c. Dieser Tarif gilt nicht für Weitersendevorgänge wie z. B. die Kabelweitersendung sowie für Nutzungen, die unter die Tarife VoD und MoD fallen.