

# virtuos

Musik ist uns was wert.

+  
**MEHR.WERT.**

Ausschüttungstermine 2024;  
Ausschüttungsdaten Tantiemenverteilung  
Ausland; Ausschüttungsdaten Online;  
Beschränkungen der internationalen  
Rechtewahrnehmung; Mitglieder-  
versammlung 2025 u. v. m.



## Wie Musik unseren Konsum beeinflusst

Eine GEMA Studie belegt erstmals den Zusammenhang  
zwischen Hintergrundmusik und Umsatz

**SEITE 10**



DIE **GEMA** WÜNSCHT

*Frohe Weihnachten  
UND EINEN guten Rutsch  
IN EIN GESUNDES JAHR 2025!*

HOLZMÜLLERS AUFTAKT

Musik ist keine Quelle,  
aus der sich die KI-Big-Techs  
***kostenlos***  
bedienen dürfen



**Liebe Leserinnen und Leser,**

**M**usik wirkt. Das ist gut erforscht. Sie kann Stimmungen beeinflussen, uns entspannen oder anregen. Musik ist sogar in der Lage, die Konsumlaune von Menschen zu heben, auch das weiß die Wissenschaft. Doch wie lässt sich ihr Beitrag zur Umsatzsteigerung konkret messen? Dieser für das Ökosystem der Rechteverwertung höchst interessanten Frage sind wir in unserer „Music Impact Studie“ nachgegangen. Im Schwerpunkt ab Seite 10 erfahren Sie mehr. Seien Sie gespannt auf fundierte Erkenntnisse zur Bedeutung von Hintergrundmusik als Ertragsfaktor.

Es ist seit jeher der Anspruch der GEMA, Marktdynamiken zu verstehen und in Chancen zu verwandeln. Sie als Kreative sollen von Ihrer Musik leben können. Die Digitalisierung und vor allem das Vorwücken künstlicher Intelligenz (KI) mischen das Feld mächtig auf. Die GEMA streitet engagiert dafür, dass Muskschaffende von KI-Big-Techs nicht übervorteilt werden. Wir verlangen: Wird KI mit Melodien oder Songtexten menschlichen Ursprungs trainiert, ist diese künstlerische Leistung angemessen zu vergüten. Wie genau Sie dabei gefragt sind, erklären wir in unserer KI-Rubrik auf den Seiten 44 und 45.

Ich möchte auch meinen Kollegen Ralph Kink herzlich willkommen heißen. Er verstärkt seit dem 1. September 2024 unser Vorstandsteam der GEMA. Was ihn am neu geschaffenen Ressort „Digitale Transformation“ reizt, verrät er im Interview auf den Seiten 46 und 47.

Zur digitalen Transformation gehört auch, dass wir unsere digitalen Kommunikationskanäle noch weiter stärken. Wir möchten die Inhalte unseres Mitgliedermagazins aus Gründen der Nachhaltigkeit wann immer möglich als E-Paper, über den Newsletter oder auf unserer Homepage kommunizieren – künftig übrigens im Halbjahresrhythmus. Sie wünschen die *virtuos* weiter als Print-Ausgabe? Melden Sie sich gerne bei uns.

Ihr

**Tobias Holz Müller**  
CEO

## VORGESTELLT

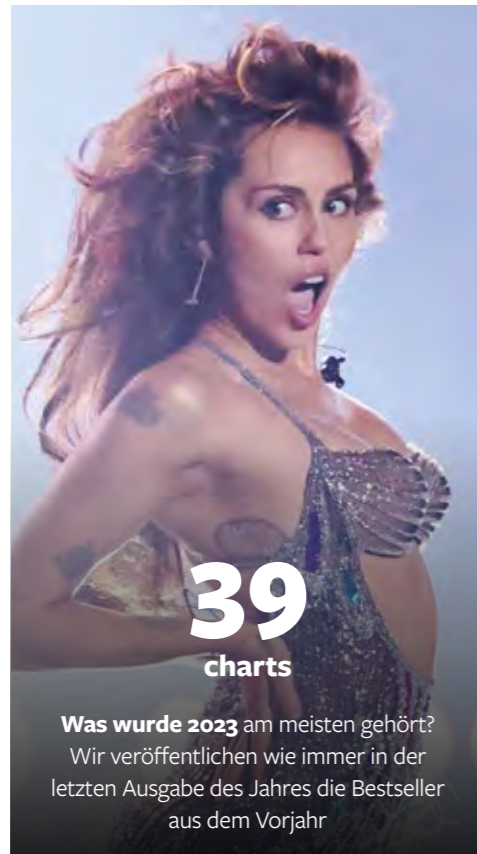


**Anja Lorenz** ist für die Koordination der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens verantwortlich. Dies umfasst die Entwicklung, Implementierung und Überwachung von Maßnahmen, die darauf abzielen, ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit zu fördern. Mehr zu dem Engagement der GEMA in Sachen Nachhaltigkeit finden Sie auf den Seiten 8 und 36



**Felix Keckeis** ist seit Januar bei der GEMA und unterstützt die Direktion Kommunikation im Bereich Veranstaltungen. Als Projektleiter ist er für die Neu- und Weiterentwicklung der Mitgliederversammlung verantwortlich. Alle Informationen dazu und was Sie auf dem großen GEMA Event in 2025 erwartet, finden Sie auf den Seiten 42 und 43

Fotos: Melissa Bungartz, Sebastian Linder, picture alliance/REUTERS, Ohlammour Studio/Stocksy United, Kevin Riedl, Keychange, URKERN/vana Bilz



**39**  
charts

**Was wurde 2023** am meisten gehört? Wir veröffentlichen wie immer in der letzten Ausgabe des Jahres die Bestseller aus dem Vorjahr



**48**  
temperamente

**Deutscher Musikautor\*innenpreis.** Wer sind die Gewinner\*innen, wenn es am 27. Februar 2025 zum 16. Mal heißt: Autor\*innen ehren Autor\*innen? Wir haben die Jury bei der Beratung beobachtet



schwerpunkt

## MUSIC IMPACT STUDIE

Wissenschaftliche Erkenntnisse einer GEMA Studie zum Einfluss von Hintergrundmusik auf das Konsumverhalten zeigen: Hintergrundmusik ist ein wissenschaftlich messbarer Wirtschaftsfaktor



**51**  
outro

**Media.** Die Keychange-Studie diagnostiziert bei der Chancengleichheit der Geschlechter Fortschritt und gleichzeitig dringenden Handlungsbedarf



**42**  
thema

**Mitgliederversammlung 2025.** Die GEMA bringt ihre Mitglieder erstmals im Münchner Werksviertel zusammen – Kulturhistorie trifft hier auf offenes Flair

## intro

- 6 augen.blick.** Vom „Olympiaberg“ in München hat man einen schönen Ausblick auf Konzerte – finden ganz schön viele
- 8 news.** Nachhaltiges GEMA Gebäude in Berlin, Monika Staudt wird Geschäftsführerin der GEMA-Stiftung, Zahlen aus der Branche u. v. m.

## schwerpunkt

- 10 Music Impact Studie.** Hintergrundmusik ist ein Wirtschaftsfaktor – und wissenschaftlich messbar. Das zeigt die neue Music Impact Studie der GEMA.
- 16 Hintergrund.** Stephan Dewes entwickelt Musikprogramme für Geschäfte
- 18 1 Frage, 2 Generationen.** Hintergrundmusik – nerviges Dauergedudel oder unverzichtbar? Joachim Dorf Müller (Jg. 1938) und Marlene Heger (Jg. 1999) geben Antwort

## mehr.wert.

- 21 pflichtmitteilungen.** Ausschüttungstermine 2024, Ausschüttungsdaten Tantiemenverteilung Ausland, Informationen zu den Ausschüttungen Online, Beschränkungen der internationalen Rechtswahrnehmung
- 26 Blick in die Werkstatt.** Neue Kompaktaufstellungen und das Summenblatt sind online
- 27 Neuer Onlineportal-Service.** Werke-Reminder
- 28 Remake Kontoauszug.** Übersichtlicher und leichter verständlich
- 29 Mitgliedsstatus.** Neuer Service im Onlineportal
- 30 Reform Live.** Genre-neutrale Liveverteilung und Kulturförderung
- 30 KI 1.** Zehn Grundsätze für ein konstruktives und faires Zusammenspiel von menschlicher Kreativität und generativer künstlicher Intelligenz
- 31 KI 2.** Lizenzmodell der GEMA
- 31 Neu.** Einzug Ihres Mitgliedsbeitrag
- 32 1. Dezember.** Start der Kulturförderung Online
- 33 GEMApplus.** Neue Partnerangebote sowie exklusive Rabatte!
- 34 Mitgliederversammlung.** Die nächste ordentliche Mitgliederversammlung findet vom 13. bis zum 15. Mai 2025 im Werksviertel Mitte, Atelierstraße 1, 81671 München statt.
- 36 Music Declares Emergency.** Nachhaltig Handeln in der Musikbranche
- 37 Nachruf.** Prof. Dr. Reinhold Kreile (1929–2024)
- 38 Neuer Unruhestand:** Servus, Jürgen Brandhorst

## thema

- 20 Drei Fragen.** Interview mit dem Neu-Mitglied Dorian Schirocki
- 39 Charts.** virtuos veröffentlicht die Bestseller aus dem Vorjahr in den Kategorien Live (U und E), Radio, Streaming, Diskotheken, Videostreaming, Tonträger und Social Media
- 42 MGv.** Auf dem Gelände des Werksviertel Mitte in München trifft Kulturhistorie auf modernes, offenes Flair
- 44 KI in der Musik.** Wohin geht die Reise?

## temperamente

- 46 Interview.** Der neue Vorstand für „Digitale Transformation“, Ralph Kink, im Gespräch
- 48 Die glorreichen Acht.** Die Jury des Deutschen Musikautor\*innenpreises 2025

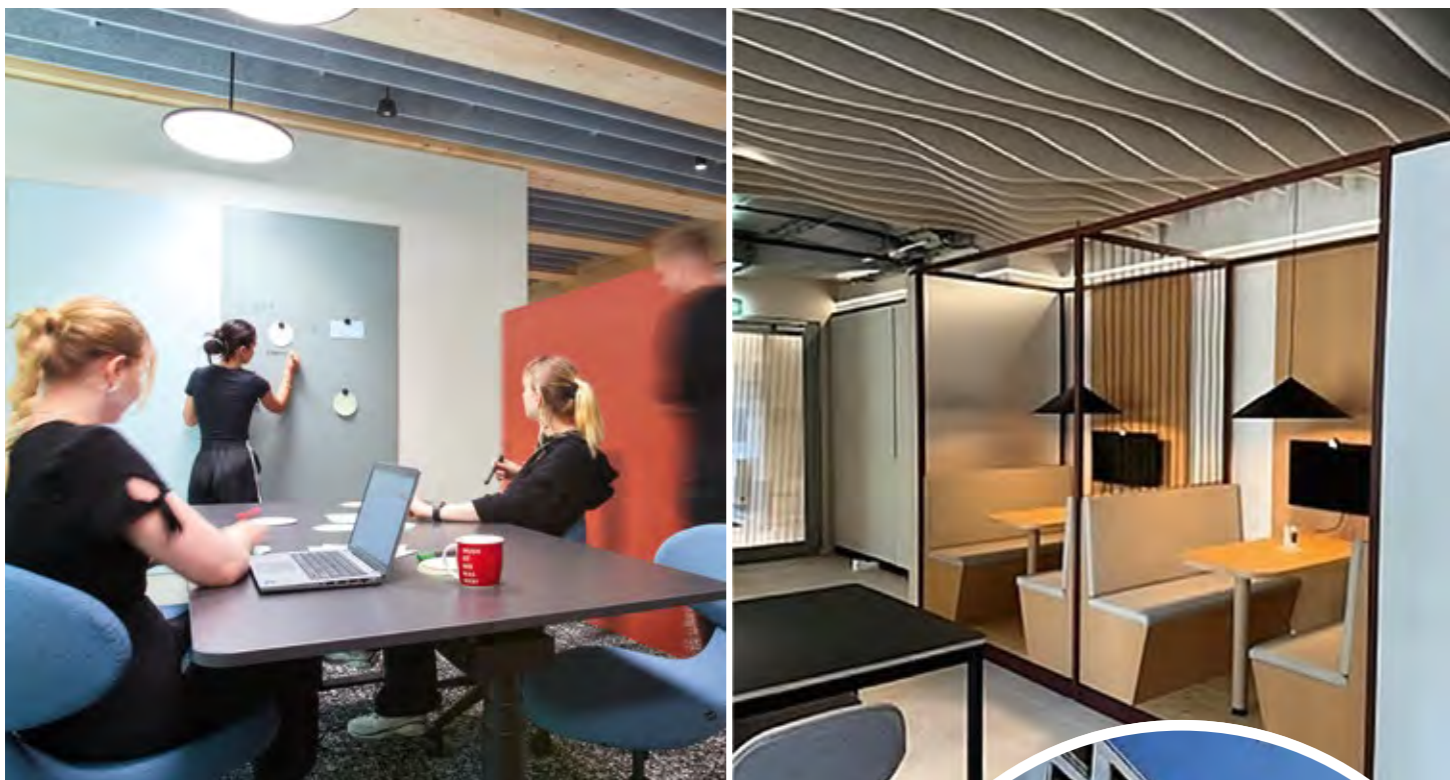
## outro

- 50 Media.** U. a. SoundAware, Keychange-Studie, GEMA Podcast „Hitsingle“ mit Tobias Reitz
- 51 Impressum**
- 52 Akzente.** Ursula Goebel verabschiedet sich



## Mit massenhaft Ausblick

... wenn der Platz nicht reicht. Dieses Jahr stand der Konzertsommer in Deutschland unter einem mehr als hellen Stern. Von überall her kamen Besucherinnen und Besucher genauso wie Künstlerinnen und Künstler. Von klein bis groß wurden die Bühnen des Landes bespielt und Musikbegeisterte wieder und wieder beschallt und beglückt. Auch die A-Liga, die internationalen Top-Stars, gaben Deutschland ihre Aufwartung. Adele ließ sich in München gleich ein eigenes Stadion bauen und spielte und spielte und spielte. Taylor Swift machte Gelsenkirchen zu Swiftkirchen und die Swifties aus der ganzen Welt reisten an, um die Ausnahmekünstlerin live zu erleben. Auch Deutschlands publikumsstärkste Musik-Location, der Olympiapark im Norden Münchens, war mehr als gut besucht. So gut, dass nicht jeder Musikfan Platz fand. Umso praktischer, dass der angrenzende „Olympiaberg“ – in Anführungszeichen, weil es sich mit etwas mehr als 50 Metern mehr um eine Erhebung als um einen tatsächlichen Berg handelt – neben einem fantastischen Ausblick auf die Stadtkulisse auch einen direkten Blick in das Stadion bietet. Ein perfekter Platz also, wenn es keine Konzertkarten mehr gibt, man aber trotzdem dabei sein möchte. Wie hier auf dem Bild, als die Band Coldplay an gleich drei ausverkauften Abenden hintereinander ihre Musik zum besten gab. Neben den rund 70 000 Fans im Stadion kamen auf dem Olympiaberg so noch mal 20 000 bis 30 000 weitere hinzu.  
*Nora Ollech*



## Neues GEMA Gebäude in Berlin: ein Statement für Nachhaltigkeit

### Das neue Berliner Büro der GEMA ist fertig.

Nach nur drei Jahren Bauzeit setzt das neue Gebäude der GEMA in der Keithstraße 7 ein echtes Statement in Sachen Nachhaltigkeit. Es überzeugt durch einen durchgängigen Fokus auf Umweltschutz und Ressourcenschonung. Innovative Lösungen wie eine hocheffiziente Fotovoltaikanlage, ökologische Baustoffe wie Lehm und die Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen für kurze Transportwege haben dazu beigetragen, den ökologischen Fußabdruck des Gebäudes niedrig zu halten. Im Büro selbst laden diverse Gemeinschaftsflächen, eine Dachterrasse und ein Restaurant (mit Barista-Bar!) zu Austausch und Zusammenarbeit ein. Zudem gibt es 70 überdachte Fahrradstellplätze, teilweise mit Lademöglichkeiten, eine Bike-Repair-Station und Duschen für Mitarbeitende. Und im Untergeschoss stehen Ladestationen für Elektrofahrzeuge zur Verfügung. Die Zukunft kann nicht nur kommen, sie ist schon da.

Mehr Informationen auf [www.gema.de](http://www.gema.de)

## Neue Geschäftsführerin der GEMA-Stiftung: **Monika Staudt**

**Staffelübergabe bei der GEMA-Stiftung:** Monika Staudt übernimmt die Geschäftsführung von Jürgen Brandhorst, der sich in den „Unruhestand“ (siehe Interview Seite 38) verabschiedet. „Die GEMA-Stiftung ist ein besonderer Ausdruck des Zusammenhalts innerhalb der GEMA“, sagt Monika Staudt. „Es ist beeindruckend, dass Mitglieder der GEMA-Stiftung ihre Nachlässe für die Förderung des zeitgenössischen Musikschaffens zur Verfügung stellen. Gerne übernehme ich die verantwortungsvolle Aufgabe der Geschäftsführung.“ Monika Staudt leitet in der GEMA zwei Direktionen, die sich schwerpunktmäßig um die Verteilung kümmern, worunter auch die kulturelle und soziale Förderung fallen. Die Doppelrolle sieht sie als Vorteil. „Mir ist es ein großes Anliegen, dass die unterschiedlichen Bereiche kultureller Förderung innerhalb der GEMA zusammen gedacht werden“, sagte sie der „MusikWoche“, „wobei die Stiftung über die Verwendung ihrer Mittel freier entscheiden kann.“ Neben ihrem neuen Job als Geschäftsführerin der GEMA-Stiftung übernimmt Monika Staudt auch den Posten als Vorständin der Franz Grothe-Stiftung, auch hier folgt sie Jürgen Brandhorst nach.



RUND  
**500**

### Spielstätten

für populäre Musik sind bereits online, die Aufnahme weiterer ist in Arbeit. Das Deutsche Musikinformationszentrum (miz) baut gerade eine Datenbank zur Spielstättenlandschaft auf, um ihre Infrastruktur in Deutschland langfristig zu dokumentieren. Parallel legt das miz in seinem neuen Online-Fokus „Kulturort Musikclub“ eine umfassende Bestandsaufnahme zur Situation von Livemusikspielstätten vor. Untersucht wird deren kulturelle, wirtschaftliche und soziale Bedeutung. Ab sofort findet man im miz bundesweit u. a. Musikclubs, -bars und -cafés. Die Infrastruktur lässt sich geografisch visualisiert und durch unterschiedliche Filter wie Genre oder Kapazität betrachten.



[www.miz.org/de/fokus/kulturort-musikclub](http://www.miz.org/de/fokus/kulturort-musikclub)

### Machen Sie mit!

Liebes Mitglied, Sie möchten unsere GEMA Mitglieder fördern und unterstützen? Dann freuen wir uns über eine Spende. Auch können Sie die GEMA-Stiftung als Rechtsnachfolgerin einsetzen.

Mehr zur Stiftungsarbeit finden Sie auf unserer Webseite: [www.gema-stiftung.de](http://www.gema-stiftung.de) oder sprechen Sie uns einfach direkt an: [gemastiftung@gema.de](mailto:gemastiftung@gema.de)

## Deutsche Musikwirtschaft: Wirtschaftsfaktor für Deutschland



Die deutsche Musikbranche hat die Herausforderungen der Pandemie nicht nur überwunden, sie steht sogar besser da als vor Corona. Mit einem Gesamtumsatz von 17,4 Milliarden Euro und einer Bruttowertschöpfung von 6,6 Milliarden Euro ist sie ein wichtiger Wirtschaftsfaktor Deutschlands. Die Studie zeigt, dass die Musikwirtschaft eine hochgradig vernetzte Branche ist, in der die einzelnen Teilbereiche eng miteinander zusammenarbeiten: von Musikveranstaltungen über Musikverlage bis hin zu Musikinstrumentenherstellern. Die Studie zeigt, dass die Musikindustrie auch als Treiber für andere Wirtschaftszweige wie etwa den Tourismus wirkt – Musikfestivals etwa locken Besucher an. Die Studie schätzt den sogenannten Ausstrahlungseffekt der Musikwirtschaft auf rund 28 Milliarden Euro im Jahr 2023.

Fotos: cineworkx, Sebastian Linder

UM **7,6**  
Prozent

auf 13,09 Milliarden Euro sind 2023 die weltweiten Lizenzeneinnahmen für Kreativschaffende aus sämtlichen Repertoirebereichen gestiegen. Das geht aus dem neuen Global Collections Report der CISAC hervor. Das Wachstum ist vor allem auf zwei Faktoren zurückzuführen: den kontinuierlichen Anstieg digitaler Einnahmen durch Streaming-Dienste-Abonnements sowie die deutliche Erholung des Livebereichs nach der Coronapandemie. Den ganzen Report gibt's hier: [www.cisac.org/global-collections-report-2024](http://www.cisac.org/global-collections-report-2024)



# MUSIC IMPACT STUDIE

Wissenschaftliche Erkenntnisse einer GEMA Studie  
zum Einfluss von Hintergrundmusik auf das Konsumverhalten

# Hintergrundmusik ist ein Wirtschaftsfaktor – wissenschaftlich messbar!

Der Mehrwert von Musik für den Geschäftserfolg von  
Musiknutzenden im Einzelhandel und in der Gastronomie

TEXT SONJA SCHÖNFELD

**S**ie ist wenig aufdringlich und hält sich meist dezent im Hintergrund. Sie ist nicht dominant und möchte keine Aufmerksamkeit erzeugen. Aber ihre Wirkung ist enorm! Hintergrundmusik (HGM) schafft eine besondere Einkaufsatmosphäre im Handel und steigert das Wohlbefinden der Gäste in der Gastronomie. Sie lässt Kunden länger verweilen und erzeugt eine emotionale Verbindung mit der Marke oder dem Besuch im Restaurant – „Music is the most direct path to the human heart“ (Steven Spielberg).

Die Musikforschung hat eine immense Bedeutung, da sie ermöglicht zu verstehen, wie und warum Musik solche tiefgreifenden Wirkungen hat. Ein eindrucksvolles Beispiel für die Erforschung des Einflusses von Musik auf das menschliche Verhalten ist die Untersuchung der Effekte von Hintergrundmusik an Verkaufsorten. Wie konkret ist der Einfluss auf das Konsumentenverhalten und den Umsatz? Und ist das wissenschaftlich messbar?

Dass Hintergrundmusik den Umsatz fördert, ist im Grundsatz bestätigt. Aber konkrete Zahlen zum Umsatzplus: Fehlanzeige. Die GEMA schließt diese Forschungslücke und hat eine Antwort auf diese Frage. Mit der „Music Impact Studie“ wurde erstmals direkt am Point of Sale (PoS) von Einzelhandelsgeschäften gemessen, welchen Mehrwert gewerbliche Musiknutzerinnen und -nutzer durch den Einsatz von Hintergrundmusik erwirtschaften.

Warum ist es für die GEMA wichtig, die Musikforschung in dieser Frage voranzubringen? Die GEMA schützt die Schöpfungsarbeit der Musikschaffenden und stellt mit angemessener Vergütung sicher,

dass es sich auch in der Zukunft lohnt, urheberisch tätig zu sein. Der Mehrwert, den Musik schaffen kann, insbesondere der wirtschaftliche Mehrwert der durch den Einsatz von Hintergrundmusik in einem Geschäft/Unternehmen entsteht, muss von der GEMA ermittelt und konstant erforscht werden. Es ist eine uns durch Gesetze und Rechtsprechung aufgegebene Pflicht, die Angemessenheit unserer Vergütung auf diesem Mehrwert aufzubauen.

Wir wollen in diesem Markt als Partner der Musiknutzenden beratend agieren und heutigen und potenziellen Kundinnen und Kunden den Mehrwert und den Beweis für den wirtschaftlichen Faktor beim Einsatz von Hintergrundmusik darlegen. Verdeutlichen, dass eine Musiklizenz keine „Gebühr“, sondern ein „Investment“ ist.

Rund 200 000 GEMA Kundinnen und Kunden im Handel und in der Gastronomie glauben heute schon, dass Hintergrundmusik für ihr Geschäft, ihr Unternehmen, ihre Mitarbeitenden und ihre Kundschaft einen Mehrwert hat – und sind bereit, dafür zu bezahlen. Die beiden Branchen machen 2023 zusammen 90 Millionen Euro Umsatz aus und waren im Fokus der „Music Impact Studie“.

Die Nutzungsorte, die wir in unserer Untersuchung betrachten, sind so weitreichend wie vielfältig. Restaurants, Bars, Cafés, Imbisse, Pubs, Bistros in der Gastronomie, Bekleidungs- und Schuhgeschäfte, Kioske, Elektronik-, Bau- und Gartencenter im Einzelhandel, um nur einige der vielen Kategorien aus beiden Branchen zu nennen.

Für den Einzelhandel liefert die „Music Impact Studie“ nun die erste wissenschaftliche »

Fotos: 3dbobber/Stock, PhotoSpirit/AdobeStock, berezco/AdobeStock, Pablo Rasero/AdobeStock



Antwort auf die Formel: Hintergrundmusik am PoS -> Einfluss auf das Konsumentenverhalten = Umsatzsteigerung um x %

Hintergrundmusik steigert im Einzelhandel den Umsatz um durchschnittlich 8 Prozent.

„Wir wussten zwar, dass Hintergrundmusik einen Effekt auf die Geschäftsmodelle unserer Kundinnen und Kunden hat“, sagt GEMA Geschäftsentwicklungs-Direktor Johannes Everding. „Aber dass wir ihn so klar und in der Höhe berechnen/nachweisen können, war auch für uns eine kleine Überraschung und irgendwie Bestätigung. Schon mit sehr viel weniger hätte man den Wirtschaftsfaktor von Hintergrundmusik belegen können.“

Die empirischen Untersuchungen in der Gastronomie dauern noch an, ein belastbares Ergebnis für diese Branche liegt im Dezember 2024 vor. Aber die Gastronominnen und Gastronomen selbst schätzen den Wert der Umsatzsteigerung durch Hintergrundmusik schon vorab auf 29 Prozent!

Die „Music Impact Studie“ verfolgt den Ansatz, mit verschiedenen Forschungsmethoden eine 360-Grad-Perspektive auf den Zusammenhang zwischen Musik und Umsatz zu gewinnen. Um ein möglichst umfassendes Bild auf die Thematik zu erhalten, bauen die Erhebungen aus der empirischen Studie, aus quantitativen Umfragen und Experteninterviews aufeinander auf.

SCHLÜSSELERKENNTNISSE

# Hintergrundmusik steigert den Umsatz im Einzelhandel um

# 8%

Als Ergebnis der empirischen Studie am Point of Sale im Einzelhandel\* kann nach Konsolidierung, Datenbereinigung und Analyse durch wissenschaftliche Methoden mit der finalen Datengrundlage ein Umsatzzuwachs i. H. v. 8 Prozent bestätigt werden, der auf den Effekt der gespielten Musik zurückzuführen ist.  
\*bis 400 m²

1000 Händlerinnen und Gastronomen wurden mittels Umfragen befragt, und die daraus gewonnenen Ergebnisse lieferten schon erste wichtige Indikatoren im Vorfeld der empirischen Feldtests.

Vorausgegangen ist eine umfassende Recherche zum aktuellen Stand der Wissenschaft anhand relevanter Studien, die weltweit in den vergangenen Jahren zu diesem Thema veröffentlicht wurden.

Im Kern der Studie steht ein empirischer Ansatz mit einer klassischen Versuchsanordnung. Die Teilnehmenden dokumentierten den Umsatz ihres Geschäfts sowohl mit als auch ohne Musik. Ein strenges Studiendesign stellte sicher, dass der Einfluss exogener Faktoren wie Wetter, Wochentage u. a. minimiert wurde.

Ein Team aus internationalen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, renommierten Marktforschungsunternehmen (Ipsos, GfK, Meinecke & Rosengarten), einem technischen Dienstleister (audoo) und Expertinnen und Experten aus der Musikindustrie ermittelten Daten direkt am PoS von Einzelhandelsgeschäften.

Die Teilnehmenden für diese empirischen Feldtests wurden anhand strenger statistischer Validitätskriterien ausgewählt, die folgende Faktoren berücksichtigten: Größe des PoS: bis 400 m² (85 Prozent des gegenwärtigen Markts und Umsatzes), Besiedlungsdichte, Verteilung auf Bundesländer (Verhältnis GEMA Lizenznehmerverteilung) und Unterbranchen. 133 Unternehmen aus dem Einzelhandel nahmen an der Studie am PoS teil. In der Gastronomie werden derzeit die Ergebnisse der empirischen Feldtests am PoS von ca. 100 teilnehmenden Betrieben ausgewertet.

Aus der Studie konnten noch deutlich mehr Erkenntnisse gewonnen werden, die ermittelt wurden, um zusätzliche Aspekte zu beleuchten. Durch die quantitativen Studien konnte z. B. herausgefunden werden, dass Pop- und Chartmusik bei Hintergrundmusik überwiegen (59 Prozent im Einzelhandel, 55 Prozent in der Gastronomie) und Radio- und Streaming die meistgenutzten Quellen dafür sind (54 Prozent im Einzelhandel, 62 Prozent in der Gastronomie). Die Auswahlkriterien für Musik (Genre), die Lautstärke, tageszeitliche Anpassungen und weitere Merkmale wurden abgefragt. Bedeutend war der Aspekt der Kunden- und Mitarbeiterbindung und -motivation. >>



**EMPIRISCHE STUDIE**  
 • Datenerfassung direkt am Point of Sale (PoS)  
 • Testzeitraum: Eine Woche mit / eine Woche ohne Musik  
 • Erfassung von Umsatz, Mitarbeiteranzahl und -verhalten, Musiktiteln und exogenen Faktoren  
 ▶ Auswirkung auf Umsatz in Prozent

**QUANTITATIVE UMFRAGEN**  
 • Allumfassende Erkenntnisse zur Nutzung von Hintergrundmusik am PoS (Kriterien für Einsatz und Auswahl von HGM, Einfluss auf Verkauf, Verweildauer, Mitarbeitermotivation u. v. m.)  
 ▶ Realität am PoS

**QUALITATIVE INTERVIEWS**  
 • Befragungen von Wissenschaftlerinnen und Experten aus der Musikindustrie  
 ▶ Wertschöpfung & Herausforderung

**LITERATURARBEIT**  
 • Recherchen zum Stand der Wissenschaft auf dem Gebiet der Forschung zum Einfluss von HGM auf den Umsatz und wissenschaftliche Schlussfolgerungen  
 ▶ Wissensaufbau

*Einkaufen mit Sinn und Verstand: Nicht nur die reine Produktpräsentation ist entscheidend für den Umsatz, sondern im hohen Maße auch die Musik im Hintergrund*

Fotos: John Takai / Alamy Stock Photo, Vladimir Sukhachev/Shutterstock, freemixer/Stock, Puhimec/AdobeStock

**INFO**  
Die **CISAC (International Confederation of Societies of Authors and Composers)** ist das weltweit führende Netzwerk von Urhebergesellschaften. Mit 227 Mitgliedsgesellschaften in 116 Ländern vertritt die CISAC mehr als 5 Millionen Kreative weltweit aus künstlerischen Bereichen, darunter Musik, audiovisuelle Medien, Drama, Literatur und bildende Kunst.



**WIRTSCHAFTSFaktor  
HINTERGRUNDMUSIK**

**MARKT**  
**Handel & Gastronomie**  
ca. 200.000 GEMA Kundinnen und Kunden

**EMPIRISCHE STUDIE  
AM POINT OF SALE  
IM EINZELHANDEL**  
133 Einzelhandelsgeschäfte bundesweit haben an der Untersuchung teilgenommen

Statistisch valide Verteilung Anteil der Teilnehmenden nach Besiedlungsdichte (stark, mittel, gering besiedelt)  
Verteilung nach GEMA Kriterien (Geschäftskategorien und Größe von 100 bis max. 400 m<sup>2</sup>)

**KARTE**  
Verteilung der Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe in Deutschland, die Hintergrundmusik nutzen



„Gebühren“ = Top-1-Grund, warum Hintergrundmusik nicht eingesetzt wird:

▶ 56% ▶ 62%

Anteil der Nichtnutzer, die dennoch an einen positiven Effekt von HGM auf den Umsatz glauben:

▶ 61% ▶ 50%

Wunsch nach Optimierung beim Einsatz der HGM:

▶ 25% ▶ 20%

▶ = Einzelhandel  
▶ = Gastronomie

Fotos: Paul Campbell/Stock, Nathan Dumplao/Unsplash, Knöferle, privat (2)

» Beide Branchen sehen einen deutlich positiven Effekt auf die Stimmung der Mitarbeitenden und Verweildauer der Kundschaft. Ein Viertel der Unternehmen beider Branchen sehen noch weiteres Optimierungspotenzial bei der Nutzung von Hintergrundmusik. Denn es ist keineswegs unbedeutend, welche Musik im Hintergrund läuft, um mehr Umsatz zu generieren (siehe Interview Seite 16). Aber, so Everding: „Es ist die logische Schlussfolgerung, dass wenn wir messen können, dass Musik einen Unterschied macht und dieser einen bestimmten Wert hat, auch dieser Wert optimiert werden kann.“

Wenig überraschend waren die Antworten jener, die keine Hintergrundmusik in ihren Betrieben nutzen. Sie gaben an, dass die „Gebühren“ (56 Prozent im Einzelhandel, 62 Prozent in der Gastronomie) der überwiegende Grund dafür seien. Mit den Ergebnissen aus der Studie können wir nun anknüpfen und diese Argumente entkräften.

Der erste Schritt ist getan. Die Untersuchungen aus der ersten Phase der „Music Impact Studie“ haben unsere Hypothese bestätigt, dass Hintergrundmusik ein messbarer Wirtschaftsfaktor ist und dass sich dafür ein wissenschaftlicher Nachweis erbringen lässt. Wir haben damit eine solide Grundlage geschaffen, um bei den Musiknutzenden das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass der Wert des Schaffens unserer Urheberinnen und Urheber wirtschaftlich von Bedeutung ist. Hintergrundmusik trägt direkt zum Erfolg am PoS im Einzelhandel bei bzw. mit dem Einsatz von Hintergrundmusik wird das jeweilige Geschäftsmodell gestärkt.

Die Studie hat nach der Vorstellung auf dem CISAC European Board 2023 & 2024 internationales Interesse geweckt und wurde von diversen internationalen Verwertungsgesellschaften angefragt. Einige dieser Verwertungsgesellschaften haben ein konkretes Interesse für eine Kooperation bei der Durchführung der Studie im eigenen Markt nach dem Leitfaden unseres Studiendesigns bekundet.

Außerdem ist die GEMA als „associate member“ für die EU-Studie „Music360“ angemeldet. Eine Kooperation, die einen paneuropäischen Austausch von Forschungsergebnissen in Bezug auf Hintergrundmusik ermöglicht

Wie geht es nun weiter? Im Dezember erwarten wir mit Spannung die konsolidierten Ergebnisse

Die „Music Impact Studie“ wird von einem Team namhafter internationaler Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler begleitet. Der Forschungsgegenstand unserer Studie war für das Team von so großem Interesse, dass es als Gegenleistung für seine Mitwirkung den Forschungsbericht und die Studienergebnisse in einem wissenschaftlichen Magazin publizieren möchte. Denn bisher gibt es keine vergleichbare veröffentlichte Studie, die die Wirkung von Musik am PoS anhand konkreter Umsatzzahlen in dieser Größenordnung belegt.

Zum wissenschaftlichen Board der „Music Impact Studie“ gehören:



**DR. ANNE MICHEL**  
Expertin auf dem Forschungsgebiet der Wirkung von Musik auf den Umsatz, mit dem sie sich u. a. in ihrer Doktorarbeit „Wie wirkt Musik auf Konsumenten?“ und veröffentlichten Artikeln auseinandergesetzt hat. In unserem Team hat Dr. Michel die Rolle der wissenschaftlichen Projektleitung.



**PROF. DR. KLEMENS KNÖFERLE**  
Professor für Marketing und Mitbegründer des Center for Multisensory Marketing (CMM) an der BI Norwegian Business School. In seiner Forschung untersucht Prof. Dr. Knöferle u. a. das Verbraucherverhalten und die Verbraucherbeeinflussung durch multisensorische Aspekte von Einzelhandelsumgebungen und die Auswirkungen neuer Technologien.



**PROF. DR. CHRIS BAUMANN**  
Professor an der Macquarie University, Sydney, forscht mit der Seoul National University, der Osaka University und der University of Cambridge. Er befasst sich mit Markenwettbewerbsfähigkeit, Wettbewerbsproduktivität und dem Necro-Branding von Elvis Presley. Er ist Autor zahlreicher Werke und hat in renommierten Fachzeitschriften publiziert.

aus der empirischen Studie in der Gastronomie. Die Datenanalysten der GEMA arbeiten daran, alle Ergebnisse gesamtheitlich auszuwerten. Die Studienergebnisse werden im ersten Quartal 2025 veröffentlicht, und wir werden anschließend Gespräche mit den Branchenvertretern führen.

„Wir haben so viel gelernt. Angefangen mit dem Forschungsstand auf diesem Gebiet, zu den Forschungsmethoden, zur statistischen Validität, Rekrutierung, internationalen Kooperation und schlussendlich durch das Ergebnis, das nur einen Schluss zulässt: Hintergrundmusik hat einen nachweisbaren Wert für unsere Kunden“, so Johannes Everding. „Sie ist ein relevanter Wirtschaftsfaktor für die Betreiber – und das ist wissenschaftlich nachweisbar!“

Das „Music360“-Projekt, finanziert von einem EU-Förderprogramm, hat das Ziel, den Wert von Hintergrundmusik zu analysieren und diese Daten auf einer digitalen Plattform zugänglich zu machen. Zu den Projektpartnern gehören u.a. fünf Verwertungsgesellschaften, zwei Universitäten und ein Unternehmen für Fingerprinting-Technologie.



Weitere Infos und der preisgekrönte Song zur Studie unter [musicimpactstudie.de](https://musicimpactstudie.de)



# „Hintergrundmusik darf kein Zufallsprodukt sein“

**Stephan Dewes** entwickelt bei der echion AG die Musikprogramme für Läden – er wählt also die Musik aus, die wir beim Einkaufen hören. Im Interview erklärt er, welchen Einfluss strategisch entwickelte Musikprogramme auf die Atmosphäre im Laden haben und welche Musik am besten funktioniert

INTERVIEW

SONJA SCHÖNFELD UND JONATHAN HUBER

**H**err Dewes, Sie bieten bei echion Musikkonzepte für Ladenflächen an. Wie funktioniert die strategische Planung von Musik?

Unsere Kunden kommen meist zu uns, weil sie bisher keine Audiolösung auf ihrer Ladenfläche hatten. Wir haben aber auch immer mehr Kunden, die ihre selbstgestrickten Playlists durch strategisch geplante Musik ersetzen möchten. Was wir dann machen, ist vergleichbar mit Programmgestaltung im Radio, in diesem Bereich bringen wir viel Erfahrung mit. Wichtig ist aber auch das Verständnis für Marktforschung, damit die Musik individuell zum Kunden passt. Der Einsatz von Hintergrundmusik darf kein Zufallsprodukt sein.

**Wie trifft man eine passende, nicht zufällige Musikauswahl?**

Die Musikprogramme für unsere Kunden beruhen auf einem vierstufigen Filtermodell: Zuerst schauen wir uns die Zielgruppe an. Damit können wir die Musikauswahl schon eingrenzen. Im zweiten Schritt berücksichtigen wir die Markenwerte unseres Kunden und seine Markenversprechen gegenüber dem Endverbraucher. Der dritte Filter bezieht sich auf das gesamte Umfeld, etwa Sortiment oder Ladenbau. Und schließlich muss die Musik auch zur Situation passen. Montags in der Früh sollte andere Musik im Laden laufen als an einem



BIOGRAFIE

Der gebürtige Saarländer **Stephan Dewes** macht seit über 30 Jahren Radio. Über mehrere Privatsender im Saarland und in Baden-Württemberg führte sein Weg 2005 nach Augsburg zur echion AG wo er Programm- und Werbekunden bei der Verbesserung des strategischen Nutzens von Store-Musik und Content berät.

Samstagnachmittag, im Sommer andere als im Winter. Uns geht es darum, eine Umgebung zu schaffen, in der sich der Kunde gerne aufhält. Das kann auch den Umsatz steigern.

**Diesen Zusammenhang zwischen Musik und Umsatz belegt jetzt die „Music Impact Studie“ der GEMA.**

Ja, die Ergebnisse Ihrer Studie bestätigen das, was wir über Jahre hinweg in Tests festgestellt haben: Korrekt ausgewählte Musik kann zu einem deutlichen Umsatzanstieg führen. Hintergrundmusik ist eben nicht nur Beiwerk, sondern wird von den Menschen tatsächlich wahrgenommen. Auch das Personal ist da sensibel. Wir hatten vor einigen Jahren den Fall, dass ein Kunde aus dem Lebensmittelbereich anrief, weil in seinem Laden ACDCs „Highway to Hell“ lief. „Stellt das sofort ab“, war die hektische Bitte. Es stellte sich heraus, dass ein Servicetechniker vor Ort bei einem Test diesen Song eingespielt hatte. Diese Anekdote zeigt, dass Musik, die nicht ins Marktkonzept passt, innerhalb kürzester Zeit wahrgenommen wird.

**Also kein ACDC in Lebensmitteläden – welche weiteren praktischen Tipps und No-Gos haben Sie für die Auswahl von Hintergrundmusik?**

So einfach ist die Formel natürlich nicht, aber tatsächlich sind polarisierende Genres

wie Schlager oder Heavy Metal meist kritisch zu sehen. Grundsätzlich gilt: Musik, die der Verbraucher kennt und liebt, schafft eine Wohlfühlatmosphäre. Wichtig sind auch technische Aspekte wie Soundqualität, Lautsprecher oder Lautstärke. Letztere ist besonders heikel: Sie sollte so laut wie möglich sein, ohne zu stören. Wichtig ist auch die Abwechslung in der Musik, um das Personal täglich acht Stunden und mehr bei Laune zu halten.

**Kein Zufall, bekannte Songs, keine polarisierenden Genres – das klingt ein bisschen nach „Einheitsbrei“. Welche Rolle spielen Newcomer und musikalische Nischen in Ihren Musikprogrammen?**

Die Kombi aus Zielgruppe und Marke führt keineswegs zu Einheitsbrei. In unserem Portfolio haben wir rund 30 komplett unterschiedliche Musikformate, mit Untervarianten sind es über 80. Mit diesen Formaten decken wir eine große stilistische Bandbreite ab. Ja, wir vertrauen auf Marktforschung, am Ende entscheiden aber Musikredakteure. Newcomer sind daher willkommen, weil sie auch ein Statement in Richtung Markenimage sein können. Tipp: Major Labels haben uns bei der Bemusterung nicht immer auf dem Schirm. Daher gerne große Storemusic-Anbieter wie echion direkt kontaktieren.

**Worauf sollten GEMA Mitglieder achten, wenn sie Musik komponieren, die auf Ladenflächen funktionieren soll?**

Gerne genommen wird Musik, die eher eine positive Stimmung hat, sich nicht aggressiv in den Vordergrund spielt und sich emotional einer oder mehrerer Branchen zuordnen lässt. Hier ist das eigene Bauchgefühl gefragt. Es gibt aber auch ein paar technische Aspekte, die beachtet werden sollten. Die gefühlte Lautheit sollte gleichmäßig von Anfang bis Ende verteilt sein, weil wir kein Live-Soundprocessing in den Ausspielsystemen haben. Die Länge sollte bei mindestens 2:30 Minuten liegen. ■



ÜBER DIE ECHION AG

Die Augsburger echion Corporate Communication AG ist Full-Service-Dienstleister für digitale Retail-Medien in mehr als 20 europäischen Ländern. Das Portfolio reicht von Konzept und Installation bis hin zur Content-Erstellung und Programmpflege, sowohl für große Ketten als auch für Einzelkunden.

Fotos: Ingo Dumreicher, Ohlamour Studio/Stocksy United, Dolo Iglesias/Unsplash, Seventyfour/Adobe Stock

1 Frage – 2 Generationen

# Hintergrundmusik: nerviges Dauergedudel oder unverzichtbar?



**BIOGRAFIE**

**Joachim Dorfmueller**, geboren 1938 in Wuppertal, studierte in Köln und Marburg. 1982 habilitierte er in Duisburg und ist seit 1987 Professor und Studiendirektor an der Universität Münster. Seit 1993 leitet er das Edvard-Grieg-Festival. Von 1959 bis 2024 war er Organist an der Lutherkirche in Wuppertal, seit 1993 Kirchenmusikdirektor. Er veröffentlichte 8 Bücher, über 400 Artikel, 68 LPs/CDs und gab weltweit 4200 Konzerte. 1993 wurde er Präsident der Deutschen Edvard-Grieg-Gesellschaft und 2016 zum Ritter des Königs Harald V. ernannt. Im Jahr 2022 erhielt er den Preis der Deutsch-Norwegischen Willy-Brandt-Stiftung.

**Eine absolut spannende Frage.** Unaufdringlich-dezent und willkommen ist Musik gewiss dann, wenn sie das Mithören von Gesprächen in einem Restaurant erschwert, in Supermärkten zum Kauf animiert oder per Warteschleife die Zeit am Telefon vertreibt. Ohne sogleich von Therapie sprechen zu wollen: Kein Zweifel, dass Hintergrundmusik in einem Fitness-Center oder bei morgendlichem Lauftraining wesentlich dazu beiträgt, Stress abzubauen, also positiv zu bewerten ist. Keine Frage, wenn auch vielleicht nicht kategorisch unverzichtbar. Dem entgegen stehen jene sensible Ohren, die Berufsmusikerinnen und Berufsmusiker auszeichnen, ja auszeichnen müssen. Sie werden wohl vom Dauergedudel spre-

**»Kein Zweifel, dass Hintergrundmusik in einem Fitness-Center wesentlich dazu beiträgt, Stress abzubauen«**

chen, das auf ihre Nerven geht. Und die – wie erlebt – ein entsprechend beschalltes Restaurant gar nicht erst betreten, wobei nicht einmal ein Tinnitus entscheidend sein muss.

Was mich betrifft, wäre mir bei allem Respekt Hintergrundmusik kontraproduktiv, möchte oder muss ich etwa am Schreibtisch, am PC ernsthaft arbeiten. Harmonien würde ich hören, Melodien, Rhythmen, Instrumente, Tonmalerisches, wäre permanent abgelenkt. Wer ist schon genial wie Bach oder Mozart, die bei turbulentem Umfeld herrliche Musik zu Papier brachten? Was keinesfalls heißt, Mahler wäre kein Genie gewesen, weil er sich in sein Toblacher „Komponierhäuschen“ zurückzog, ebenso wenig Grieg, der die Stille in der obersten Etage seines Leipziger C.F.Peters-Verlags und in seinem Bergenser „Trolldaugen-Kontor“ suchte, dort sogar ein Haustelefon ablehnte. Und: allerhöchsten Respekt vor Beethoven!!!

**Wenn es um Hintergrundmusik** im Alltag geht, befinde ich mich wohl zwischen den Extremen.

Auf der einen Seite ist für mich Hintergrundmusik, oder wie ich es auch liebevoll nenne, mein „Soundtrack“, ein fester und unverzichtbarer Bestandteil meines Alltags. Seit ich als Kind meinen ersten iPod bekam, lief die Musik eigentlich nonstop. Emotionen zu regulieren? Der iPod hilft. Mein Bruder ist laut und nervt? Der iPod ist da und blendet ihn aus. Wie man sieht, ist

Fotos: Anna Schwartz, Dragon Claws/Stock, Ida Katharina Dressler



**»Mein ›Soundtrack‹ ist ein fester und unverzichtbarer Bestandteil meines Alltags«**

**BIOGRAFIE**

**Marlene Heger** aka **marlenarium**, Jahrgang 1999, ist Musikproduzentin und lebt und arbeitet in München. Ihr selbst produziertes Soloprojekt klingt atmosphärisch und ziemlich verträumt – wie „out of this world pop“. 2022 wurde sie in der ersten Runde des „Female Producer Collective“ gefördert. Derzeit konzentriert sich Marlene darauf, Songs für andere Künstlerinnen und Künstler zu produzieren und ihr Diplom als Audio Engineer abzuschließen. Außerdem leitet sie regelmäßig Producing Workshops in Berlin und München.

ein Großteil der Musik, die ich täglich höre, selbst ausgewählt. Um ehrlich zu sein, bin ich selten alleine und ohne Kopfhörer in der Öffentlichkeit unterwegs. Wenn doch, dann halte ich mich meistens eh an Orten auf, an denen mir die Musikauswahl gefällt, wie meinem Lieblingscafé zum Beispiel. Die Möglichkeit dazu ist für mich einer der Gründe, warum ich es liebe, in genau dieser Zeit geboren zu sein. Absolut unverzichtbar und so luxuriös zugleich – immer einen perfekt kuratierten Soundtrack auf Abruf

zu haben, der mich in allen Lebenslagen begleitet.

Auf der anderen Seite kann ich durch meine regelmäßigen Migräneattacken sehr gut nachvollziehen, wie reizüberflutend zum Beispiel die Lautstärke in Geschäften sein kann. Gerade wenn man sehr sensibel für äußere Reize ist, wird das Hintergrundgedudel im Supermarkt oft zum letzten Endgegner. Aber auch hier können Kopfhörer Abhilfe schaffen – zum Beispiel mit Noise Cancelling oder weißem Rauschen als Konterversuch. ■



3 FRAGEN AN

## Schirocki

Singer-Songwriter

»Ich arbeite hart daran, eines Tages von der Musik leben zu können«

Der moderne Musiker muss Allrounder sein: Songs schreiben, aufnehmen und veröffentlichen, live auftreten, Radio-Promotion machen und Social-Media-Content produzieren. **Dorian Schirocki** hat neben diesen Aufgaben auch noch einen Job als Barkeeper. Sein Fokus gilt allerdings ganz der Musik. Seit Kurzem ist Dorian GEMA Mitglied. Herzlich willkommen!

### 1 Können Sie uns sagen, was Sie genau machen? Wie würden Sie Ihren Musikstil beschreiben?

Ich bin Dorian, 26 Jahre alt und leidenschaftlicher Musiker. Ich war einige Jahre in verschiedenen Punkrock-Bands tätig, seit gut zwei Jahren bin ich allerdings als Solo-Künstler SCHIROCKI aktiv. Ich spiele alle Instrumente selbst und bewege mich meistens musikalisch im Pop-Punk-Bereich. Jedoch nutze ich die Vorteile des „Allein-Seins“ und probiere von Single zu Single verschiedene Stilrichtungen durch. Ein Beispiel dafür ist meine letzte Single „City Boy“: Country-Musik mit einer Prise Punkrock und deutschen Lyrics. Ich arbeite Teilzeit als Barkeeper und bin gelernter Erzieher, mein voller Fokus gilt aktuell aber der Musik. Dementsprechend release ich aktuell alle drei bis vier Wochen eine Single und arbeite hart daran, eines Tages von der Musik vollständig leben zu können.

### 2 Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen in der Branche?

Die größten Herausforderungen für mich sind eine zeitgemäße Promotion über die verschiedenen Social-Media-Kanäle und die enorm große „Konkurrenz“. Ich lasse mich davon allerdings nicht unterkriegen. Ich bin im Bereich

Video-Editing ganz gut aufgestellt und Sorge dafür, dass ich auf allen Plattformen stets unterhaltsamen und zeitgemäßen Content liefere, um auf meine Musik aufmerksam zu machen.

### 3 Welche Erwartungen/Wünsche verbinden Sie mit der GEMA Mitgliedschaft?

Durch die GEMA Mitgliedschaft möchte ich mich in erster Linie absichern. Zwar ist es aktuell noch nicht so weit, dass ich mir ernsthaft über Diebstahl meiner Songs Gedanken machen muss aufgrund der noch nicht allzu großen Reichweite. Jedoch veröffentliche ich mindestens eine neue Single pro Monat und wer weiß: Möglicherweise kommt eine mal besser an und ich ärgere mich, dass ich mein geistiges Eigentum nicht vorab gesichert habe. Zudem sende ich meine Lieder regelmäßig an Radiosender. Sollte mal jemand meine Single annehmen, zeugt das natürlich auch von einer gewissen Professionalität, wenn man das mit der GEMA längst selbst erledigt hat. Live-Auftritte spiele ich gelegentlich auch, hier ist die GEMA Mitgliedschaft ebenfalls ein Vorteil.



Instagram: @schirocki828



#### Ursula Goebel

Als Chefredakteurin interviewt sie in jeder Ausgabe ein Neumitglied, das per Zufall ausgewählt wird.

# GEMA mehr.wert.

#### GELD

#### Pflichtmitteilungen

U. a. Ausschüttungstermine 2024, Ausschüttungsdaten Tantiemenverteilung Ausland, Informationen zu den Ausschüttungen Online, Beschränkungen der internationalen Rechtswahrnehmung

#### KONTO

#### Kontoauszug

Der Kontoauszug wurde optimiert und verständlicher gestaltet

#### WEB

#### GEMA Onlineportal

Neuer Service für die Änderung des Mitgliedsstatus

#### KI

#### KI-Charta

Zehn Grundsätze für ein konstruktives und faires Zusammenspiel von menschlicher Kreativität und generativer künstlicher Intelligenz

#### INTERN

#### GEMApplus

Neuen Partnerangebote und exklusive Rabatte

#### INFO

#### Mitgliederversammlung 2025

Wichtige Informationen zu u. a. Einreichung von Anträgen für die Mitgliederversammlung, Veranstaltungsterminen sowie zur Einladung und Tagesordnung

#### GEMA

#### Nachruf

Prof. Dr. Reinhold Kreile (1929–2024) – eine starke Stimme für das Urheberrecht

\* Die Einnahmen aus dem Ausland (beide Rechte) werden nach Eingang laufend zum 1. eines jeden Quartals ausgeschüttet. Informationen zu den Ausschüttungen mit Länderangaben finden Sie unter [www.gema.de/tantiemen-ausland](http://www.gema.de/tantiemen-ausland) und in dieser virtuos-Ausgabe.

\*\* In den Sparten MOD S, MOD S VR und GOP, GOP VR (nutzungsbezogen) werden die Einnahmen aus den Rechten je nach Zahlungseingang und Verarbeitung der Nutzungsmeldungen zum 01.01., 01.04., 01.07. und 01.10. ausgeschüttet. In den Sparten MOD D, MOD D VR sowie in den Sparten VOD, VOD VR schütten wir zum 01.04. und 01.10. aus.

\*\*\* Die Ausschüttungen der GVA beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2022. Wenn Sie sich über die außerordentlichen ZPÜ-Einnahmen informieren möchten, gehen Sie bitte auf: [www.gema.de/de/musikurheber|tantiemen|ausschuettingen/april](http://www.gema.de/de/musikurheber|tantiemen|ausschuettingen/april)

Für die vierteljährliche Ausschüttung von MOD S und MOD S VR gilt auch weiterhin die Reklamationsfrist von drei Monaten nach jedem Ausschüttungstermin.

Für die vierteljährliche Ausschüttung von GOP und GOP VR gilt die Reklamationsfrist von drei Monaten mit dem Ausschüttungstermin für die Zuschlagsverteilung (Aktuell: 01.02.2024 für Nutzungen in 2022).

Der Ausschüttungstermin für die Sparten GOP & GOP VR (Zuschlag) hat sich vom 01.12.2023 auf den 01.02.2024 verschoben. In der Folge verschob sich auch die Ausschüttung für das Herstellungsrecht in diesen Sparten vom 01.02.2024 auf den 01.03.2024. Abrechnungszeitraum war jeweils das Geschäftsjahr 2022.

Mehr Informationen zu den Ausschüttungsterminen und Fristen finden Sie unter: [www.gema.de/de/ausschuettingstermine-und-fristen](http://www.gema.de/de/ausschuettingstermine-und-fristen)



# Ausschüttungstermine 2024

Die Ausschüttungstermine für das Geschäftsjahr 2023 sind folgende:

Ausschüttungstermin	Sparten	Abrechnungszeitraum
01.01.	<b>Ton- und Bildtonträger:</b> BT VR, Phono VR <b>Online:</b> MOD S, MOD S VR, GOP, GOP VR (Nutzungsmeldungen) <b>Ausland:</b> A, A VR	1. Halbjahr 2023 ** *
01.02.	<b>Gemischte Onlineplattformen:</b> GOP, GOP VR (Zuschlagsverteilung)	2022 **
01.03.	<b>Gemischte Onlineplattformen:</b> GOP VR (Herstellungsrecht UGC)	2022 **
01.04.	<b>Tonträger:</b> Phono VR <b>Online:</b> MOD D, MOD D VR, MOD S, MOD S VR, VOD D, VOD D VR, VOD S, VOD S VR, GOP, GOP VR (Nutzungsmeldungen) WEB, WEB VR <b>Ausland:</b> A, A VR <b>Gesetzliche Vergütungsansprüche</b> (inkl. außerordentliche Einnahmen der ZPÜ aus den Geschäftsjahren 2009–2021)	Überhang 1. Halbjahr 2023 ** 2023 * 2022 ***
01.06.	<b>Live und Wiedergabe:</b> BM, E, ED, EM, M, KI, U, UD, DK, DK VR	2023
01.07.	<b>Radio, TV und Film:</b> FS, FS VR, R, R VR, TFS, TFS VR, T, TD, TD VR <b>Ton- und Bildtonträger:</b> BT VR, Phono VR <b>Online:</b> MOD S, MOD S VR, GOP, GOP VR (Nutzungsmeldungen) <b>Ausland:</b> A, A VR	2023 2. Halbjahr 2023 ** *
01.10.	<b>Tonträger:</b> Phono VR <b>Online:</b> MOD D, MOD D VR, MOD S, MOD S VR, VOD D, VOD D VR, VOD S, VOD S VR, GOP, GOP VR (Nutzungsmeldungen) <b>Ausland:</b> A, A VR <b>Alterssicherung</b> <b>Wertungsverfahren E und U</b>	Überhang 2. Halbjahr 2023 ** * 2023
01.11.	<b>Live und Wiedergabe:</b> Nachverrechnungen in den Sparten BM, E, ED, EM, M, U, UD	2023
01.12.	<b>Mediatheken</b> (Zuschlagsverteilung) <b>Kulturzuschlag Online:</b> MOD D, MOD S, GOP	2023 2023

# Ausschüttungsdaten Tantiemenverteilung Ausland

**A-AR**  
Ausschüttung per 01.10.2024

Land	Info	Jahr	Zusatz
Argentinien		2021–2023	
Brasilien		07/2022–09/2023	
Brasilien	Film/TV	07/2022–09/2023	
Hongkong		2020–2023	
Hongkong	Film/TV	2020–2023	
Irland		2023	
Irland	Film/TV	2023	
Japan		04/2023–09/2023	
Japan	Film/TV	04/2023–09/2023	
Kanada		04/2022–06/2023	
Kanada	Film/TV	04/2022–06/2023	
Kolumbien		2018–2023	
Kolumbien	Film/TV	2018	
Österreich		2023	
Österreich	Film/TV	2023	
Rumänien		04/2023–12/2023	
Rumänien	Film/TV	04/2023–12/2023	
Slowakei		2022–2023	
Slowakei	Film/TV	2022–2023	
Spanien		03/2024–05/2024	
Spanien	Film/TV	03/2024–05/2024	
USA		01/2023–06/2023	ASCAP
USA	Film/TV	01/2023–06/2023	ASCAP

**V-VR**  
Ausschüttung per 01.10.2024

Land	Info	Jahr	Zusatz
Australien	Pho/BT/Online	07/2023–12/2023	
Dänemark	Online	2023	+ NV
Frankreich	Pho/R/Film/TV/Online	01/2023–06/2023	
Großbritannien	Pho/R/TV/BT/Online	April 2024	
Hongkong	Online	2020–2022	+ NV
Japan	Pho/BT/R/TV/Online	07/2023–12/2023	
Kanada	Pho/Online	2023	+ NV
Kanada	TV	2022	+ NV
Mexiko	Pho/Online	2022–2023	
Neuseeland	Pho/BT/Online	07/2023–12/2023	
Niederlande	Pho/BT/Film/TV/R/Priv. Vervielf.	2022	+ NV
Österreich	Online	01/2022–09/2023	
Schweiz	Pho/R/TV/BT/Online	01/2023–09/2023	+ NV
Spanien	Online	03/2024–05/2024	+ NV
Spanien	Pho/BT	01/2023–09/2023	+ NV
Spanien	R/TV/Online/Priv. Vervielf.	01/2024–03/2024	+ NV
USA	MLC / Muserk Online	01/2024–03/2024	

Erläuterungen zu den Abkürzungen finden Sie auf unserer Website unter [www.gema.de/abkuerzungen](http://www.gema.de/abkuerzungen)

# Informationen zu den Ausschüttungen Online zum 01.10.2024

	Lizenznehmer	Dienst	Nutzungszeitraum
MOD D, MOD D VR	Apple Distribution International Ltd.	iTunes	September bis Dezember 2023 sowie Januar und Februar 2024
	Juno Digital Ltd Permanent Download Service	juno download	2017 bis 2019
	Recisio SAS	Karaoke Version	2. Halbjahr 2023
	tonies GmbH	Tonie   Musik- und Hörspielfiguren	2016 bis 1. Quartal 2023
	Traxsource Inc.	Traxsource	1. Halbjahr 2023
	Xandrie SA	Qobuz	3. Quartal 2023
MOD S, MOD S VR	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Prime Music	Nachverrechnungen (2nd-Stage) 2. Halbjahr 2022, Nachverrechnungen 2016 bis 1. Halbjahr 2017
	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Unlimited	Nachverrechnungen (2nd-Stage) 4. Quartal 2022
	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amaton Adfunded	Nachverrechnungen (2nd-Stage) 4. Quartal 2022
	Apple Distribution International Ltd.	Apple Music	4. Quartal 2023
	Recisio SAS	KaraFun	4. Quartal 2023
	SoundCloud Ltd	enriched	2. Halbjahr 2022 und 1. Halbjahr 2023
	Spotify AB	Spotify	1. Quartal 2024, Nachverrechnungen (2nd-Stage) 4. Quartal 2022
	Xandrie SA	Qobuz	3. Quartal 2023 Teil 2 sowie Nachverrechnungen 3. Quartal 2022
	Yousician Streaming	Yousician	2022 und 2023
VOD D, VOD D VR	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Video	(Kauf) 2. Halbjahr 2023
	Apple Distribution International Ltd.	iTunes	(Kauf) 2. Halbjahr 2023 und 1. Quartal 2024
	Telekom	Videoload	(Kauf) 2. Halbjahr 2023
VOD S, VOD S VR	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Prime Video	(Abo) 2. Halbjahr 2023
	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Video	(Abo) 2. Halbjahr 2023
	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon SI*	(Abo) 2. Halbjahr 2023
	Amazon Media EU S.A.R.L.	Amazon Video	(Leihe) 2. Halbjahr 2023
	Apple Distribution International Ltd.	Apple TV+	(Abo) 4. Quartal 2019 bis 3. Quartal 2023
	Apple Distribution International Ltd.	iTunes	(Leihe) 2. Halbjahr 2023 und 1. Quartal 2024
	Disney+	Disney+	(Abo) 2. Halbjahr 2023
	Freenet DSL GmbH	freenet Video	(Abo) 2020 bis 2023
	Netflix	Netflix	(Abo) 4. Quartal 2023 und 1. Quartal 2024
	Online-Content-Netzwerk ARD & ZDF	FUNK	(Abo) 2021 bis 2023
Sky	Sky	(Abo) 2023	
GOP, GOP VR (Nutzungsmeldungen)	Telekom	Videoload	(Leihe) 2. Halbjahr 2023
	Google Ireland Limited	YouTube (werbefinanziert)	4. Quartal 2023, Nachverrechnungen (2nd-Stage), 4. Quartal 2022
	Google Ireland Limited	YouTube Premium - Subscription	4. Quartal 2023, Nachverrechnungen (2nd-Stage), 4. Quartal 2022
	Google Ireland Limited	YouTube enriched	3. Quartal 2023
	Meta Platforms Ireland Limited	Facebook und Instagram	4. Quartal 2023
TikTok Information Technologies UK	TikTok	4. Quartal 2023 bis 1. Quartal 2024	

# Beschränkungen der internationalen Rechtewahrnehmung

Gemäß § 3 Ziffer 2 Satz 4 Berechtigungsvertrag werden folgende Beschränkungen der internationalen Rechtewahrnehmung mitgeteilt (Stand Oktober 2024)

**Länder, für die die Wahrnehmung der Rechte am GEMA Repertoire im Hinblick auf einzelne Nutzungsarten nicht durch Mandats- oder Gegenseitigkeitsverträge geregelt ist:**

- **USA:** Herstellungsrecht, Vervielfältigungsrecht audiovisuelle Produktionen
- **Türkei:** Herstellungsrecht, Vervielfältigungsrecht audiovisuelle Produktionen
- **Andorra:** keine Aufführungsrechte
- **Bosnien und Herzegowina:** keine mechanischen Rechte
- **Argentinien, Brasilien, Chile, China, Costa Rica, Estland, Indien, Island, Israel, Italien, Kolumbien, Kongo (Dem. Rep.), Kuba, Litauen, Mexiko, Norwegen, Peru, Slowenien, Südkorea, Thailand, Uruguay, Venezuela, Weißrussland:** Rechte zur Nutzung von Musik zu Werbezwecken

Gemäß § 3 Ziffer 2 Satz 3 Berechtigungsvertrag kann der Berechtigte für die genannten Länder bzw. Nutzungsarten jederzeit auch ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist schriftlich die Rückübertragung seiner der GEMA eingeräumten Rechte verlangen.

**Länder, für die die Wahrnehmung der Rechte am GEMA Repertoire insgesamt nicht durch Mandats- oder Gegenseitigkeitsverträge geregelt ist:**

- Afghanistan, Angola, Äthiopien, Bangladesch, Bhutan, Burma, Burundi, Eritrea, Ghana, Guyana, Haiti, Irak, Iran, Jemen, Jordanien, Kambodscha, Kap Verde, Kirgisien, Kosovo, Laos, Liberia, Libyen, Marshallinseln, Republik Moldau, Mongolei, Montenegro, Mosambik, Namibia, Nepal, Nordkorea, Osttimor, Pakistan, Ruanda, Sierra Leone, Somalia, Sudan, Syrien, Tadschikistan, Turkmenistan, Tuvalu, Vanuatu**



Foto: AdobeStock



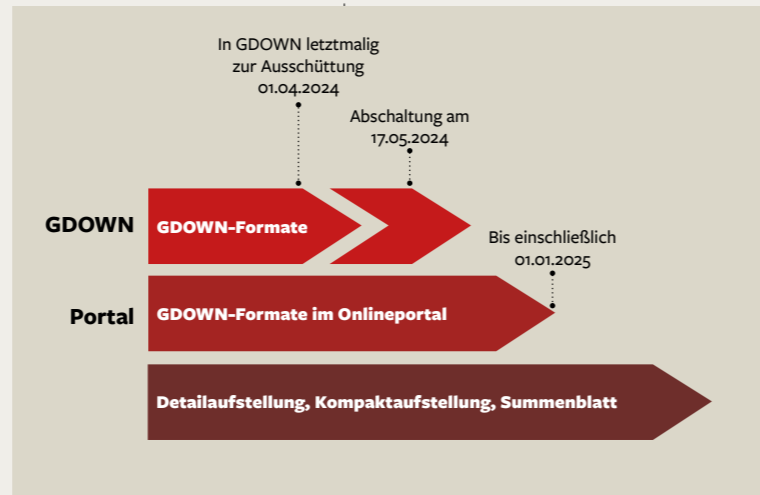
News aus dem  
Onlineportal

**Neu seit 1. Oktober:**  
Die erweiterte Repertoire-  
suche im Onlineportal  
mit neuen Features und  
Funktionen  
[www.gema.de/  
repertoiresuche](http://www.gema.de/repertoiresuche)

Blick in die Werkstatt

## Neue Kompaktaufstellungen und das Summenblatt sind online


Bereits seit 2023 gibt es die Detailaufstellungen im Onlineportal, in denen man erstmalig auf den Cent genau sehen kann, wie viel eine Nutzung eingespielt hat. Ergänzend dazu wurden neue Formate entwickelt: die Kompaktaufstellungen und das Summenblatt.

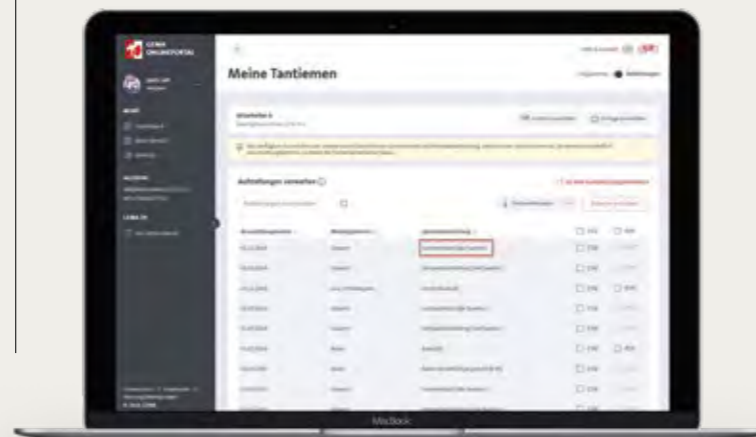


Das **Summenblatt** ist eine Weiterentwicklung der „Begleitschreiben“. Mit diesem Dokument stellen wir Ihnen eine Übersicht über alle Ihre Ausschüttungsbeträge zu einem Ausschüttungstermin bereit. Das Summenblatt enthält die Gesamtbeträge (Summen) Ihrer ausgeschütteten Tantiemen pro Sparte bzw. Zuschlag sowie Beteiligtenrolle und Aufkommensart (Sonderkonto/Hauptkonto). Es ist eine Ergänzung zu den Detailaufstellungen und der Kompaktaufstellung und bietet

die Möglichkeit, Ihre Ausschüttungsbeträge zu einem Termin spartenübergreifend auf einen Blick zu erfassen.

Beide Formate finden Sie im CSV-Format im Service **Meine Tantiemen**. Die Dateien können auf demselben Wege wie die Detailaufstellungen angefordert und anschließend im Bereich „Meine Downloads“ heruntergeladen werden.

 Noch Fragen? Dann wenden Sie sich einfach an [detaillaufstellungen@gema.de](mailto:detaillaufstellungen@gema.de)



Die **Kompaktaufstellung** ist eine auf das Wesentliche reduzierte Zusammenstellung der wichtigsten Informationen und Daten zu Ihrer Ausschüttung zu einem Ausschüttungstermin. Im Gegensatz zu den Detailaufstellungen sind die Informationen zu allen Sparten in einer Datei enthalten und können mit nur einem Klick heruntergeladen werden. Dieses Angebot haben wir entwickelt, um eine optimale Datenverarbeitung zu gewährleisten. Im Vordergrund stehen daher Informationen, die für eine mögliche Weiterverrechnung relevant sind, ähnlich zu den alten Einzelaufstellungen.

Neuer Onlineportal-Service

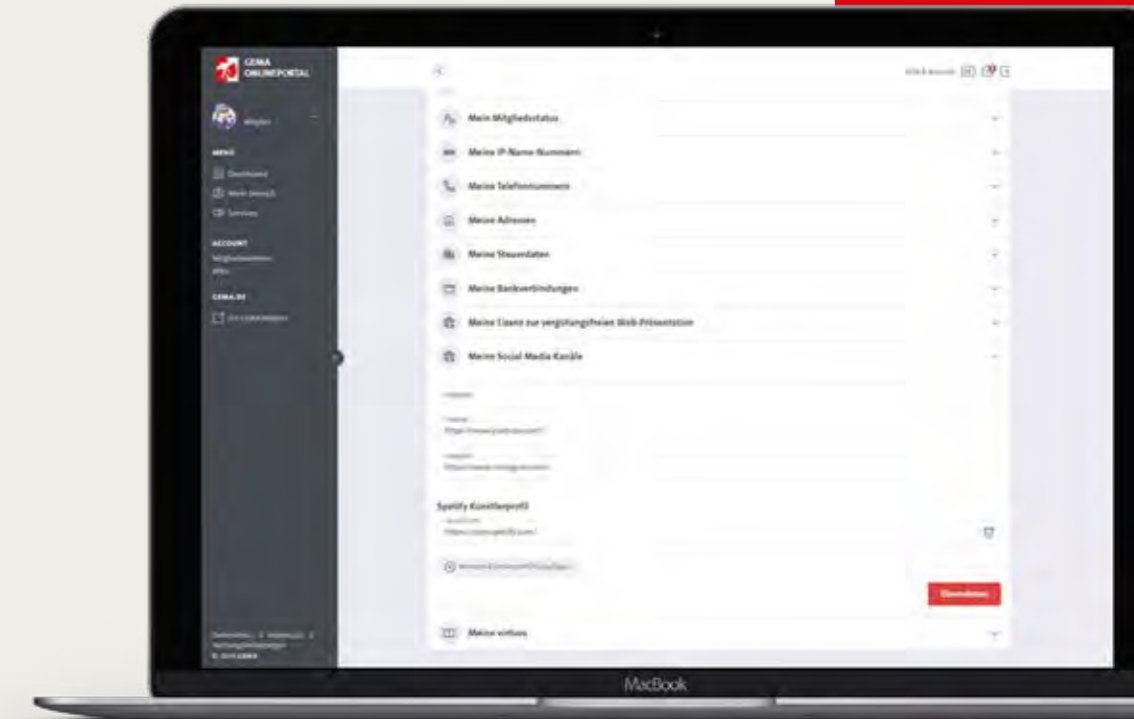
## Werke Reminder

Die Freude, neue Songs zu veröffentlichen, ist groß. Damit auch die finanziellen Aspekte dabei nicht zu kurz kommen und um Tantiemen zu erhalten, müssen Sie Ihre Werke rechtzeitig anmelden. Genau hier unterstützt ab jetzt der Werke Reminder.

### Wie funktioniert der Werke Reminder?

- **Monatliche Prüfung:** Einmal im Monat durchsucht der Werke Reminder die hinterlegten Spotify-Profile im Onlineportal nach neuen Releases.
- **Abgleich mit der Werkdatenbank:** Die gefundenen Releases werden dann mit der GEMA Werkdatenbank abgeglichen, um zu prüfen, ob diese Songs bereits angemeldet wurden.
- **Benachrichtigung:** Sollte ein Song nicht in der GEMA Werkdatenbank gelistet sein, sendet der Werke Reminder eine Benachrichtigung direkt in Ihr Onlineportal-Postfach.
- **Sofortige Werk-Anmeldung:** Mit einem Klick auf den bereitgestellten Link können Sie Ihr Werk sofort anmelden.

Der **Werke Reminder** eignet sich besonders für Mitglieder, die ihr Repertoire auch selbst aufführen bzw. veröffentlichen. Sollten Sie zudem bei einigen der benachrichtigten Werke nicht urheberrechtlich beteiligt sein, können Sie diese direkt in der Portal-Nachricht markieren, um keine weiteren



Erinnerungen mehr zu erhalten.

### Wie kann ich den Service nutzen?

Um Benachrichtigungen durch den Werke Reminder über das Onlineportal zu erhalten, müssen Sie lediglich Ihre Spotify-Artist-Profile im Onlineportal hinterlegen.

1. Gehen Sie hierfür unter **Mein Bereich** auf **Meine Daten**.
2. Wählen Sie **Meine Social Media Kanäle**.
3. Tragen Sie unter **Spotify Künstlerprofil** Ihre Artist-Profile ein.

Sie können bis zu fünf verschiedene Profile angeben.

Achten Sie darauf, nur Profile einzutragen, bei denen Sie überwiegend am Urheberrecht beteiligt sind. Den Link zu Ihrem Artist-Profil finden Sie auf Ihrer Künstlerseite bei Spotify – kopieren Sie einfach die URL aus dem Browser.

### Neugierig geworden?

Dann prüfen und aktualisieren Sie noch heute Ihre hinterlegten Spotify-Profile! Sobald die Profile eingetragen sind, überwacht der Werke Reminder auch Ihre Veröffentlichungen und erinnert Sie, falls eine Anmeldung aussteht. Sind alle Ihre Werke korrekt angemeldet, erhalten Sie selbstverständlich keine weiteren Benachrichtigungen.



Sie haben noch keinen Portalzugang?  
**Füllen Sie den Antrag zur Freischaltung der Online-Services aus!**



[www.gema.de/  
freischaltung-  
online-services](http://www.gema.de/freischaltung-online-services)



News aus dem Onlineportal

# Remake Kontoauszug: übersichtlicher und leichter verständlich

Wie in der vorherigen Ausgabe angekündigt, haben wir den GEMA Kontoauszug optimiert und verständlicher gestaltet. Seit August erhalten die Mitglieder bereits den Kontoauszug im neuen Gewand.

Die Grundstruktur bleibt erhalten: Die erste Seite dient als Deckblatt und als Zusammenfassung. Danach folgen die Details zu Tantiemen und Zuschlagsverteilungen („Gutschrift“) sowie Belastungen und Kostenabzüge der Zuschlagsverteilungen („Rechnung“). Der neue Kontoauszug ist:

- 1. Verständlicher:** Vorzeichen (+/-) statt Soll (S) und Haben (H)
- 2. Klarer:** Zahlungsbetrag auf dem Deckblatt
- 3. Übersichtlicher:** Aufstellung und Gruppierung der Tantieme nach Sparten
- 4. Nachvollziehbarer:** Umbenennung von Rück- und Nachverrechnungen in „Korrektur“ mit Angaben der jeweiligen Sparte
- 5. Kürzer:** Zusammenfassung von Einzelbuchungen (z. B. Rück-, Nachverrechnungen und Sonderkonto) auf Ebene der Verteilsparten und der jeweiligen Jahre

Wichtig: Die Kontobewegungen im Portal bleiben von dieser Neuerung unverändert. Details können wie bisher in **Meine Finanzdaten** eingesehen und heruntergeladen werden. Weitere Optimierungen des Kontoauszugs sind bereits in Planung und werden mit unterschiedlichen Mitgliedsgruppen vorab besprochen. Künftig soll beispielsweise auch eine englische Version zur Verfügung gestellt werden können. Erweiterte Funktionalitäten im Onlineportal sind in Planung.

Alter Kontostand		Bruttobetrag (inkl. USt.)
		0,00 EUR
Tantiemegutschriften	MgGut 2024/123456	10.050,00 EUR
Belastungen	MgRech 2024/1234567	-50,00 EUR
Auszahlung Guthaben		10.000,00 EUR
Neuer Kontostand		0,00 EUR

	Abrechnungsnummer	Betrag in EUR USt- (ohne USt.) Satz	Betrag in EUR (inkl. USt.)
<b>3.</b> Online		6.722,69 19%	8.000,00
MDD D 1.Hj. 2023 V	1889	2.521,01 19%	3.000,00
MDD D VR 1.Hj. 2023 V	1890	2.521,01 19%	3.000,00
Korrektur MDD D VR 1.Hj. 2023 V	1004203	1.680,67 19%	2.000,00
<b>4.</b> Auslast		1.680,67 19%	2.000,00
A VR 2024 V	1906	840,34 19%	1.000,00
A AR 2024 V	1907	840,34 19%	1.000,00
<b>5.</b> Gesamtbetrag Tantiemegutschriften			10.000,00 EUR

Kommen Sie für Fragen gerne auf uns zu. Wir sind für Sie unter [mitgliederpartner@gema.de](mailto:mitgliederpartner@gema.de) erreichbar

Informationen zum neuen Kontoauszug sind auf [gema.de](http://gema.de) („Das Wichtigste zum Kontoauszug“) zu finden

# Außerordentlich oder ordentlich? Onlineportal!

Sind Sie schon länger Mitglied der GEMA und fragen sich, ob und wie Sie Ihren Mitgliedsstatus verändern können? Das Onlineportal bietet Ihnen hierfür jetzt einen neuen Service

**D**ie ordentliche Mitgliedschaft können Sie nach fünf Jahren mit außerordentlichem Status sowie nach Erreichen eines bestimmten Mindestaufkommens beantragen. Sie bringt einige Vorteile mit sich wie:

## 1. Aktives und passives Wahlrecht

Bei der jährlichen Mitgliederversammlung können Sie aktiv als stimmberechtigtes Mitglied teilnehmen und sich zusätzlich mit dem Erwerb des passiven Wahlrechts nach Erfüllung einer Wartefrist als Kandidat für zu wählende Gremien nachstellen lassen.

## 2. Antragsrecht an die Mitgliederversammlung

Sie sind berechtigt, bei Erreichen der erforderlichen Unterschriften von weiteren ordentlichen Mitgliedern und/oder Delegierten aus der Gruppe der außerordentlichen Mitglieder Anträge an die Mitgliederversammlung zu stellen. Gestalten Sie Ihre GEMA mit!

## 3. Alterssicherung und GEMA Sozialkasse

Für ordentliche GEMA Mitglieder gibt es zudem Leistungen im Bereich der Altersversorgung, die ab einem bestimmten Alter und nach langjähriger Mitgliedschaft gezahlt werden bzw. unter bestimmten Voraussetzungen möglich sind. Dies ist zum einen die Alterssicherung, die automatisch ausgeschüttet wird,

und zum anderen die GEMA Sozialkasse. Leistungen der GEMA Sozialkasse können auf Antrag und unter bestimmten Voraussetzungen gewährt werden.

Um den Zeitpunkt Ihres möglichen Statuswechsels nicht zu verpassen, informieren wir Sie künftig exklusiv im Portalservice **Meine Daten** unter dem Reiter „Mitgliedsstatus“, sobald Sie die nötigen Voraussetzungen erfüllen.

Hier können Sie auf Wunsch auch direkt den Antrag zur ordentlichen Mitgliedschaft online stellen inklusive dem Beifügen digitaler Dokumente – leicht, schnell und mit der Möglichkeit, anschließend den Bearbeitungsstand zu verfolgen.

Weitere Informationen zur ordentlichen Mitgliedschaft finden Sie direkt im Onlineportal unter **Meine Daten/Mitgliedsstatus** oder hier:



[gema.de/formender-mitgliedschaft](http://gema.de/formender-mitgliedschaft)

Sie haben Fragen zum neuen Onlineservice oder dazu, ob sich eine ordentliche Mitgliedschaft für Sie lohnt? Kommen Sie einfach über [mitgliederpartner@gema.de](mailto:mitgliederpartner@gema.de) auf uns zu und wir helfen Ihnen weiter



News aus dem Onlineportal

Weitere Informationen zu Alterssicherung und Sozialkasse finden Sie auch auf der GEMA Homepage unter folgenden Links:



[www.gema.de/alterssicherung](http://www.gema.de/alterssicherung)



[www.gema.de/sozialkasse](http://www.gema.de/sozialkasse)

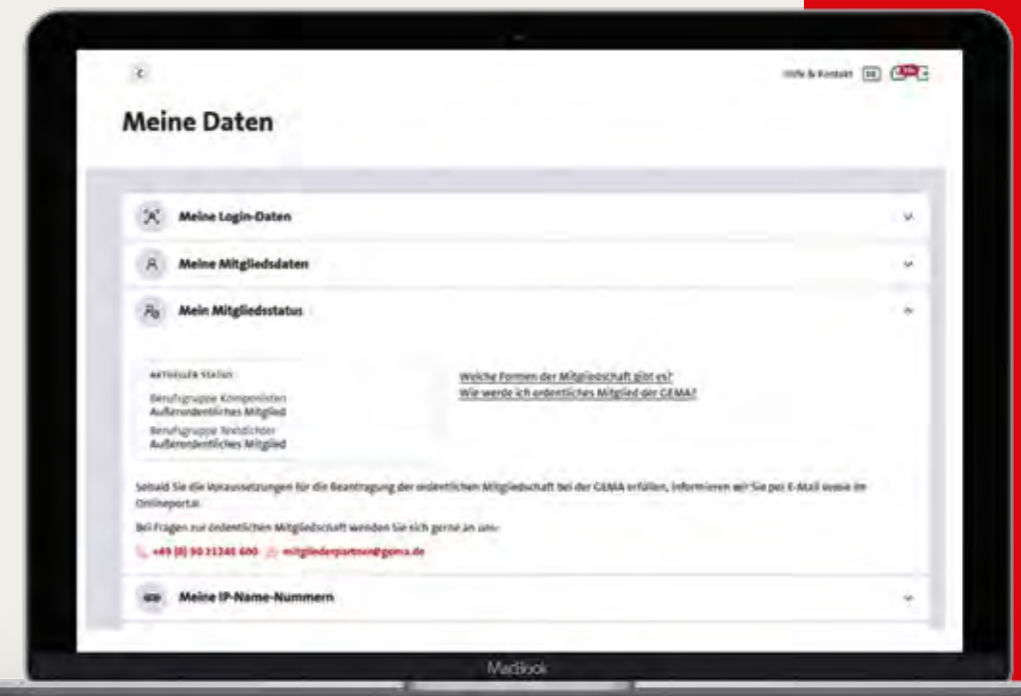


Illustration: Genkomey/AdobeStock

REFORM LIVE: INTEGRATIV UND ZEITGEMÄSS

## Genre-neutrale Liveverteilung und Kulturförderung

**In den Gremien des Aufsichtsrats wird derzeit intensiv an einem wichtigen Reformvorhaben gearbeitet: die Entwicklung einer Genre-neutralen Liveverteilung und Kulturförderung. Ihre Mitwirkung und Ideen dazu sind willkommen!**

Die Zuordnung zu den Kategorien „Ernste Musik“ oder „Unterhaltungsmusik“ wird der Vielfalt des gegenwärtigen Musiklebens nicht mehr gerecht. Auf der

GEMA Mitgliederversammlung im Mai 2024 wurde deshalb die Entwicklung einer Genre-neutralen Liveverteilung sowie einer zeitgemäßen und zielgerichteten Kulturförderung angekündigt. Künftig soll nicht mehr nach den Kategorien U- und E-Musik unterschieden werden, sondern eine integrative Verteilung mit stärkerem Inkassobezug für alle Werke – gleich welchen Genres – zur Anwendung kommen. Zugleich wird eine neue, ebenfalls Genre-neutrale Kulturförde-

rung Live entwickelt, um kulturell bedeutende Werke und Leistungen zielgerichtet und sichtbar zu fördern. Aktuelle Modellskizzen sehen dabei verschiedene Ansätze vor. Dabei könnte u. a. der Veranstaltungskontext ebenso eine Rolle spielen wie die Nachwuchsförderung. Bei der Entwicklung wollen wir Perspektiven, Gedanken und Ideen aus der Mitgliedschaft einbeziehen. Ab August haben dazu bereits digitale Gesprächsrunden stattgefunden.

Über weitere Veranstaltungen und die aktuellen Entwicklungen informieren wir Sie auf [www.gema.de/reform-live](http://www.gema.de/reform-live)



Schreiben Sie uns gerne an [reformvorhaben2025@gema.de](mailto:reformvorhaben2025@gema.de)

## Das KI-Lizenzmodell der GEMA

Die GEMA hat im September 2024 als erste Verwertungsgesellschaft weltweit ein Lizenzmodell für generative künstliche Intelligenz (KI) vorgestellt. Das Ziel ist rechtliche Klarheit und Verlässlichkeit für die Anbieterinnen und Anbieter von KI-Anwendungen bei gleichzeitiger fairer Beteiligung der Muskschaffenden, wenn ihre Werke beim Training der Systeme, bei der Generierung neuer KI-Songs oder als Teil von KI-generierten Musikinhalten verwendet werden.

### Ein Lizenzmodell – zwei Säulen

Das Lizenzmodell knüpft im ersten Schritt an das Training der KI-Modelle an. Der Begriff „Training“ umfasst dabei sowohl

das Pre-Training als auch das Fine-Tuning. Der Lizenzierungsansatz sieht eine Beteiligung in Höhe von 30 Prozent an allen durch das generative KI-Modell oder -System erwirtschafteten Netto-Einnahmen der Anbieterinnen und Anbieter vor. Damit werden die Kreativschaffenden beispielsweise an Abonnementgebühren beteiligt. Für Fälle, in denen keine wirtschaftlichen Vorteile erzielt werden, sieht das Modell der GEMA auch eine Mindestvergütung vor.

Daneben umfasst das Lizenzierungskonzept auch alle wirtschaftlichen Vorteile, die durch Folgenutzungen von KI-generierten Musikinhalten (z. B. als Hintergrundmusik oder auf Musikplattformen) entstehen können. Denn auch diese

beruhen maßgeblich auf den Ursprungswerken und enthalten schutzfähige Elemente der Songs, mit denen sie trainiert wurden. Das Lizenzmodell der GEMA bietet Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, KI-generierte Musik im Einklang mit dem Urheberrecht weiterzuverwenden. Gleichzeitig werden Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber am Erfolg von KI-generierten Songs angemessen beteiligt. Dabei muss sich die Beteiligung mindestens im Umfang bewegen, wie es bei rein menschlich geschaffenen Werken der Fall gewesen wäre.

Weitere Informationen zum KI-Lizenzmodell finden Sie auf [www.gema.de/ki-lizenzmodell](http://www.gema.de/ki-lizenzmodell)



## KI-Charta der GEMA

**Zehn Grundsätze** für ein konstruktives und faires Zusammenspiel von menschlicher Kreativität und generativer künstlicher Intelligenz



Die KI-Charta der GEMA ist ein Beitrag zur immer drängender werdenden Diskussion über ethische und rechtliche Grundsätze im Umgang mit generativer künstlicher Intelligenz (KI). Die tiefgreifenden Auswirkungen dieser Technologie auf Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft sind bereits jetzt deutlich zu spüren.

Die in dieser Charta formulierten Grundsätze stellen

den kreativen Menschen in den Mittelpunkt. Nur so können echte Innovation und Nachhaltigkeit unter fairen Bedingungen ermöglicht und das Potenzial der generativen KI für alle Beteiligten voll ausgeschöpft werden. Kreative menschliche Leistung ist die Basis jeder generativen KI.

KI, auch generative KI, ist inzwischen Bestandteil unserer Lebensrealität – im Privaten wie im Beruflichen. Die GEMA nutzt KI zur Optimierung von Prozessen. Sie informiert ihre Mitglieder umfassend über die laufenden Entwicklungen und bietet über Partnerschaften oder Kooperationen die Vermittlung KI-basierter Tools an, die das menschliche Schaffen erleichtern oder ergänzen können.

### KURZFORM DER CHARTA

- #1: Digitaler Humanismus – der Mensch im Mittelpunkt
- #2: Schutz des geistigen Eigentums
- #3: Faire Beteiligung an der Wertschöpfung
- #4: Transparenz
- #5: Verhandlungen auf Augenhöhe
- #6: Respekt für Persönlichkeitsrechte
- #7: Achtung der kulturellen Vielfalt
- #8: Keine Umgehung von EU-Regeln
- #9: Nachhaltigkeit
- #10: Verantwortung

Ebenso nutzen die Mitglieder der GEMA, über 95 000 Musikschaffende und Verlage, immer häufiger KI-Tools als Unterstützung für den kreativen Schaffensprozess. Auch generative künstliche Intelligenz sehen wir daher als Chance, ohne dabei die Risiken auszublenden.

Die KI-Charta der GEMA soll als Denkanstoß und Leitfaden für einen verantwortungsvollen Umgang mit generativer KI dienen. Sie soll dazu beitragen, die transformative Kraft dieser faszinierenden Technologie in konstruktive Bahnen zu lenken.

Die ausführliche KI-Charta und Details zu den Grundsätzen finden Sie unter [www.gema.de/ki-charta](http://www.gema.de/ki-charta)

## Neu: Einzug Ihres Mitgliedsbeitrag

Der Beitrag für Ihre GEMA Mitgliedschaft ist Anfang Dezember für das Folgejahr fällig. Diesen Beitrag belasten wir bei Fälligkeit auf dem für Sie bei der GEMA geführten Konto mit 50 Euro für Urheberinnen und Urheber bzw. 100 Euro für Musikverlage. Der Mitgliedsbeitrag wird mit eventuell anfallenden Tantiemegutschriften verrechnet, bereits beginnend im Dezember.

Künftig bieten wir Ihnen die Möglichkeit, über das GEMA Onlineportal ein SEPA-Lastschriftmandat für den Einzug der Mitgliedsbeiträge zu erteilen.



### WICHTIG:

Voraussichtlich Ende November werden wir den Service für Sie im Onlineportal live setzen. Sobald Sie das SEPA-Mandat im Onlineportal erteilen können, informieren wir Sie im Onlineportal über wichtige Fristen für den Einzug des Mitgliedsbeitrags 2025. Voraussichtlich müssen Sie hierfür das SEPA-Mandat bis zum **10.12.2024** einreichen.

Sofern Sie uns im Onlineportal unter **Meine Finanzdaten** ein SEPA-Lastschriftmandat erteilen, können wir den Mitgliedsbeitrag auf diesem Wege einziehen. Der Mitgliedsbeitrag wird dann jährlich per SEPA-Lastschriftmandat zum jeweiligen Stichtag von Ihrer Bankverbindung eingezogen und nicht wie bisher durch Verrechnung mit Ihrer Tantieme.

Ihr Vorteil: Ihr Mitgliedsbeitrag wird pünktlich eingezogen.

Zum Onlineportal: [www.gema.de/portal](http://www.gema.de/portal)



# Start der Kulturförderung Online

Zum 1. Dezember 2024 zahlt die GEMA erstmals den Kulturzuschlag Online aus

Als Verwertungsgesellschaft haben wir den Auftrag, kulturell bedeutende Werke und Leistungen zu fördern. Demnächst gibt es dafür eine spezielle „Kulturförderung Online“. Sie wird aus Abzügen von den Einnahmen gespeist und kommt gezielt den Musikschaffenden zugute, deren Online-Rechte die GEMA wahrnimmt. Die Mitgliederversammlung im Mai 2024 hat dafür die wesentlichen Beschlüsse gefasst.

**Das neue Konzept sieht eine Förderung auf zwei Wegen vor:**

### Kulturzuschlag

Mitglieder mit Ausschüttungen in den Streaming- und Social-Media-Sparten (MODD, MODS und GOP) erhalten einen Zuschlag auf dieses Aufkommen ausgezahlt. Hierbei wird nach verschiedenen kulturellen Kriterien gewichtet.

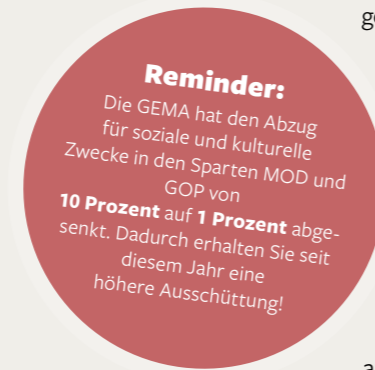
### Der Nachwuchs erhält mehr:

Um gezielt junge Urheberinnen und Urheber am Anfang ihrer Karriere zu fördern, wird deren Aufkommen doppelt gewichtet. Davon profitieren Mitglieder unter 30 Jahren, die nicht länger als 5 Jahre GEMA Mitglied sind. Dieser „Newcomer-Faktor“ gilt bis zu einem Betrag von 5000 Euro und nur für Mitglieder mit einem Gesamtjahresaufkommen in den MOD- und GOP-Sparten von unter 10 000 Euro.

Zum anderen wird das Onlineaufkommen der Höhe nach abgestuft berücksichtigt: Aufkommen bis 5000 Euro (Urheberinnen und Urheber) bzw. 50 000 Euro (Verlage) wird für die Berechnung des Kulturzuschlags Online zu 100 Prozent berücksichtigt, darüber hinausgehende Aufkommen aber nur anteilig zu 50 bzw. 25 Prozent (zu den Details s. Grafik unten).

Onlineaufkommen unter einem Mindestbetrag von 100 Euro (Urheberinnen und Urheber) bzw. 1000 Euro (Verlage) bleiben für den Kulturzuschlag unberücksichtigt. Ein aufkommensabhängiger Zuschlag aus den begrenzten Mitteln der Kulturförderung Online hätte hier keine spürbare Förderwirkung.

Aufgrund der unterschiedlichen Gewichtungen wird der Kultur-



zuschlag je nach Mitglied und Aufkommen variieren. Der Kulturzuschlag Online wird **erstmals zum 1. Dezember 2024** (für Geschäftsjahr 2023) ausgeschüttet.

### Einzelförderung auf Antrag: der Kulturfonds

Zum anderen wird die GEMA bald individuell und auf Antrag fördern. Auch dies ist in dem

geplanten Umfang ein Novum für die GEMA!

Gezielt sollen GEMA Mitglieder, deren Werke online genutzt werden, unterstützt werden, um Kreativität und kulturelle Vielfalt im digitalen Zeitalter zu bewahren. Die Gremien des Aufsichtsrats arbeiten derzeit intensiv an der Ausgestaltung dieses neuen individuellen Förderverfahrens und der dafür notwendigen Werkzeuge. Wir werden rechtzeitig darüber informieren, wann Anträge für die erste Förderrunde eingereicht werden können. Der Start des Kulturfonds Online ist für das Jahr 2025 geplant.

Mit der neuen Kulturförderung stellt die GEMA die Weichen weiter in Richtung Zukunft und stärkt konsequent den Wachstumsbereich Online.



Neue Partnerangebote sowie exklusive Rabatte!

## BEFORE EIGHT

**B**efore Eight ist eine innovative Musikpromotionsagentur, die sich auf digitale Plattformen spezialisiert hat. Das Angebot richtet sich sowohl an etablierte Künstler als auch an Newcomer. Sie bietet umfassende Dienstleistungen, um Künstler und ihre Musik auf Plattformen wie Spotify, YouTube und TikTok zu promoten:

**Spotify:** Platzierung der Musik in relevanten Playlists, um organische Reichweite und echte Streams zu generieren.

**YouTube:** Gezielte Kampagnen, um Songs oder Musikvideos der passenden Zielgruppe zu präsentieren. Detaillierte Reports helfen, das eigene Publikum besser zu verstehen und die Reichweite zu maximieren.

**TikTok:** Platzierung der Musik in Videos von Influencern, um eine breite und aktive Zielgruppe zu erreichen. Damit erhöht sich die Relevanz in den TikTok-Algorithmen und die Sichtbarkeit wird gesteigert.

Kampagnen mit Before Eight zielen darauf ab, echte Hörer zu erreichen, die wirklich an Ihrer

Musik interessiert sind. Dies führt zu einem nachhaltigen, organischen Wachstum und langfristiger Bindung Ihres Publikums. Before Eight arbeitet garantiert ohne Fake Streams und arbeitet an einem neuen und nachhaltigeren Qualitätsstandard in der Musikpromotion. Dazu werden aktuell mehrere Tools entwickelt, die es Künstlern und Playlist-Kuratoren oder Influencern in Zukunft

erleichtern sollen, zueinander zu finden.

Before Eight wurde 2019 von Daniel Lohmann und Christian Ort gegründet, zwei Musikern, die während ihres Studiums an der Popakademie Baden-Württemberg das Potenzial der digitalen Musikindustrie erkannten. Mit einem starken Fokus auf die Musikvermarktung und einer tiefen Leidenschaft für musikalische Inhalte begannen sie, ihre eigene Vision von einer innovativen Musikpromotionsagentur zu verwirklichen. Sie sind nicht nur Experten im Bereich der digitalen Musikpromotion, sondern auch leidenschaftliche Musiker und kreative Köpfe mit viel Verständnis für die Wünsche und Anliegen anderer Musiker. Diese Einstellung prägt Before Eight.

### Wie wollen wir Musiker noch mehr unterstützen?

In Zusammenarbeit mit GEMApplus hat Before Eight ein umfassendes Webinar zum Thema „YouTube Ads“ entwickelt. In dem Webinar werden Ihnen hilfreiche Tipps und Tricks an die Hand geben. Im Anschluss ist Zeit für Fragen und einen offenen Austausch.

**Wann?** 09.12.2024  
**Wo?** [www.gema.de/webinar-beforeeight](http://www.gema.de/webinar-beforeeight)



Weitere Infos unter: [www.gema.de/beforeeight](http://www.gema.de/beforeeight)

## KULTURZUSCHLAG ONLINE

### Berechnung der Zuschlagsbasis

<b>Mindestaufkommen:</b> 100 € (Urheberinnen und Urheber) 1000 € (Verlage)	<b>Dreistufige Degression:</b> abgestufte Berücksichtigung des MOD/GOP-Aufkommens bei der Berechnung der Zuschlagsbasis	<b>Nachwuchsförderung:</b> doppelte Berücksichtigung des Aufkommens bis 5000 € von „Newcomern“ (= Urheberinnen und Urheber unter 30 Jahren mit max. 10 000 € Online Aufkommen und max. 5 Jahren GEMA Mitgliedschaft)
	bis 5000 € (Verlage: bis 50 000 €) → Berücksichtigung zu <b>100 %</b>	
	5000,01 bis 10 000 € (Verlage: 50 000,01 bis 100 000 €) → Berücksichtigung zu <b>50 %</b>	
	ab 10 000,01 € (Verlage: ab 100 000,01 €) → Berücksichtigung zu <b>25 %</b>	

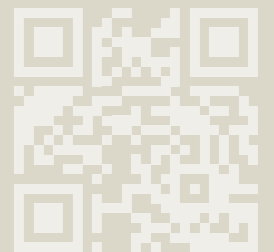
Kulturzuschlag Online: **prozentualer Zuschlag** auf das nach obigen Regeln ermittelte Online-Aufkommen (Zuschlagsbasis)



## Termine für GEMA Mitglieder

**Webinare, Workshops und Showcases** für GEMA Mitglieder zu stets aktuellen Themen finden Sie in unserem **GEMApplus Veranstaltungskalender** unter [events.gema.de](http://events.gema.de)

(Zum schnelleren Öffnen bitte Google Chrome oder Firefox verwenden)





# Mitgliederversammlung 2025

Die nächste ordentliche Mitgliederversammlung findet **vom 13. bis zum 15. Mai 2025** im **Werksviertel Mitte, Atelierstraße 1, 81671 München** statt.

Die Mitgliederversammlung wird auch im kommenden Jahr wieder im **hybriden Format** mit der Möglichkeit der **Teilnahme vor Ort** und der Möglichkeit der **digitalen Teilnahme** stattfinden. Am Abend des ersten Versammlungstags findet auch wieder das beliebte **Mitgliederfest** – in der **TonHalle** – statt.

Daneben wird es, wie bereits im vergangenen Jahr, ein **attraktives Rahmenprogramm** sowie mehrere **Informations- und Vernetzungsangebote** geben. Weitere Infos dazu finden Sie auf den Seiten 44 und 45. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und den Austausch mit Ihnen!

Im Folgenden finden Sie wichtige Informationen insbesondere zu diesen Themen:

- Veranstaltungstermine
- Einreichung von Anträgen für die Mitgliederversammlung
- Einladung und Tagesordnung

## I. Veranstaltungstermine

**Dienstag, 13. Mai 2025** Hybride Versammlung der außerordentlichen Mitglieder, Mitgliederfest

**Mittwoch, 14. Mai 2025** Hybride Berufsgruppenversammlungen der ordentlichen Mitglieder

**Donnerstag, 15. Mai 2025** Hybride Hauptversammlung der ordentlichen Mitglieder

An den Versammlungen der ordentlichen Mitglieder können auch die **derzeit amtierenden Delegierten der außerordentlichen Mitglieder** teilnehmen.

## II. Anträge an die Mitgliederversammlung

**1. Mitglieder können Anträge an die Mitgliederversammlung stellen. Hierbei ist Folgendes zu beachten:**

- Voraussetzungen**
- mindestens **zehn Unterschriften** von ordentlichen Mitgliedern und/oder Delegierten der außerordentlichen Mitglieder, die den Antrag unterstützen
  - **Namen, Mitgliedsnummern und Firmierungen** angeben
  - alles im **Original** einreichen
  - Bitte inhaltlich identische Anträge zusammenfassen!
- Ebenfalls hilfreich: Nennung einer Ansprechperson für Rückfragen

**Bis wann?** **Dienstag, den 18. März 2025, 24 Uhr**  
**Achtung:** Verspätet eingegangene Anträge dürfen wir leider nicht akzeptieren!

**Wohin mit den unterschriebenen Anträgen?** Per E-Mail als PDF an [antrag.mitgliederversammlung@gema.de](mailto:antrag.mitgliederversammlung@gema.de) oder per Post an **GEMA, Rechtsabteilung, Rosenheimer Straße 11, 81667 München**

**2. Mitglieder haben auch die Möglichkeit, der GEMA Antragsentwürfe vorab zur Prüfung vorzulegen.**

- Voraussetzungen**
- mindestens **20 Unterschriften** von ordentlichen Mitgliedern und/oder Delegierten der außerordentlichen Mitglieder, die den Antrag unterstützen
  - **Namen, Mitgliedsnummern und Firmierungen** angeben
  - **Begründung** des Antragsentwurfs
  - Nennung einer **Ansprechperson**

**Bis wann?** **Dienstag, den 21. Januar 2025, 24 Uhr**

**Wie?** Per E-Mail als PDF an [antrag.mitgliederversammlung@gema.de](mailto:antrag.mitgliederversammlung@gema.de) oder per Post an **GEMA, Rechtsabteilung, Rosenheimer Straße 11, 81667 München**

**Prüfung** Erfolgt **innerhalb von sechs Wochen** ab Eingang der vollständigen Antragsunterlagen.

## III. Einladungen, Tagesordnung und Transparenzbericht

Die **Einladungen** zur Mitgliederversammlung erhalten Sie spätestens **sechs Wochen** vor dem Versammlungstermin. Weitere Informationen hierzu finden Sie ab Mitte Februar unter [www.gema.de/mitgliederversammlung](http://www.gema.de/mitgliederversammlung).

Die **Tagesordnung** zur Mitgliederversammlung sowie den nach dem Verwertungsgesellschaftengesetz zu veröffentlichenden **Transparenzbericht** können Sie ab dem **8. April 2025** unter [www.gema.de/mitgliederversammlung](http://www.gema.de/mitgliederversammlung) als Download abrufen.

**Sie wollen die Tagesordnung zusätzlich in gedruckter Form per Post erhalten?**

Bitte fordern Sie diese bis zum **31. Dezember 2024** per Post bei der GEMA, Abteilung Mitglieder- und Partner-Administration, Rosenheimer Straße 11, 81667 München, oder per E-Mail an [mitgliederversammlung@gema.de](mailto:mitgliederversammlung@gema.de) unter dem Betreff „gedruckte Tagesordnung“ an. Sie erhalten die Druckversion drei Wochen vor dem Termin der Mitgliederversammlung per Post.

**Nähere Informationen** finden Sie im Vorfeld der Mitgliederversammlung auf [www.gema.de/mitgliederversammlung](http://www.gema.de/mitgliederversammlung).

Kontakt bei Fragen: [mitgliederversammlung@gema.de](mailto:mitgliederversammlung@gema.de)

# Nachhaltig handeln in der Musikbranche mit Music Declares Emergency

**Viele von Ihnen** haben ein ausgeprägtes Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit. Auch wir als GEMA wollen unserer Verantwortung gegenüber unseren Mitgliedern, unseren Mitarbeitenden und der Gesellschaft gerecht werden. Seit acht Jahren arbeiten wir daran, unseren ökologischen Fußabdruck als Unternehmen zu

verkleinern. Durch die erfolgreiche Umsetzung verschiedener Maßnahmen tragen wir bereits aktiv zur Reduktion treibhausgasrelevanter Emissionen bei. Für die Zukunft haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt: Bis 2030 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen um 65 Prozent senken. Im Rahmen eines Ideenwettbewerbs zum

Thema Nachhaltigkeit wurden im vergangenen Herbst 29 Ideen von GEMA Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern eingereicht und bewertet. Unter die TOP 3 schaffte es die Idee von Valentin Gräter (Organisations- und Personalentwicklung), der eine Kooperation mit dem Verein Music Declares Emergency (MDE) vorschlug. Im April hat

die GEMA die MDE-Deklaration unterzeichnet. Teil der Kooperation ist es, das im MDE-Netzwerk entwickelte Know-how zu klimafreundlichem Handeln in der Musikbranche an Sie weiterzugeben. Im Folgenden möchten wir Ihnen MDE näher vorstellen und Ihnen praktische Tipps aus dem MDE-Tool-Koffer an die Hand geben.



## Drei Fragen an MDE

### 1 Wer seid ihr und wie arbeitet ihr zusammen?

Music Declares Emergency e.V. (MDE Germany) ist eine politisch unabhängige Initiative und Gemeinschaft von Künstlerinnen, Organisationen und Akteuren der Musikbranche, die sich für den Schutz unseres Planeten und als Teil der Klimabewegung engagieren. Wir sind deutschlandweit in kleinen Teams organisiert, die an unterschiedlichen Themenschwerpunkten arbeiten und kommunizieren hauptsächlich digital. Unsere Arbeit ist basisdemokratisch und wird von Ehrenamtlichen getragen, die die große Sorge um den Klimawandel und die ökologische Notlage eint.

klimafreundliche und ökologisch nachhaltige Industrie zu verwandeln. Wir engagieren uns, weil wir glauben, dass sofortiges Handeln notwendig ist, um eine lebenswerte Zukunft für uns alle zu sichern.

### 3 Wie können GEMA Mitglieder eure Bewegung/Ziele unterstützen?

Da gibt es viele Möglichkeiten. Sie können ihre Reichweite nutzen, um auf den Klimanotstand aufmerksam zu machen und unsere Forderungen nach Klimagerechtigkeit sowie unsere Kampagnen öffentlich zu unterstützen. Außerdem können sie anderen Akteuren in der Branche von unserer Arbeit erzählen und so unser Netzwerk erweitern. Wer sich noch intensiver einbringen möchte, kann sich ehrenamtlich in unserem aktiven Team engagieren oder uns finanziell unterstützen. Interessierte sind herzlich eingeladen, uns direkt zu kontaktieren, um mehr über die verschiedenen Möglichkeiten der Mitarbeit zu erfahren.

### 2 Was motiviert euch zu eurem Engagement?

Wir glauben fest daran, dass die Musikindustrie eine zentrale Rolle im Kampf gegen den Klimawandel spielen kann. Musik hat die Kraft, Menschen zu bewegen und gesellschaftliche Veränderungen voranzutreiben. Unsere Vision ist es, die Musikindustrie in eine

## Aus dem MDE-Tool-Koffer

**Green Rider:** Umfassendes Toolkit für Künstlerinnen, Musikproduzenten und Veranstaltungsorte, um gemeinsam Treibhausgasemissionen zu reduzieren.

**Audio- und Video-Interventionen:** kurze, auditive und visuelle Reminder, die vor Events und Festival-Slots abgespielt werden können, um das Publikum direkt für Klimagerechtigkeit und Solidarität zu sensibilisieren.

**Infomaterialien:** Praktisches Wissen, Leitfäden und hilfreiche externe Links u. a. zu den Themen nachhaltiger Festivalbetrieb, Kompensation von Treibhausgasemissionen und effektive Klimakommunikation.



Foto: GEMA



## Prof. Dr. Reinhold Kreile

\* 1929 † 2024

## Eine starke Stimme für das Urheberrecht

Die GEMA gedenkt dem kürzlich verstorbenen Prof. Dr. Reinhold Kreile für seinen unermüdlichen Einsatz in der Musikbranche. Ein Nachruf von Ralf Weigand, Aufsichtsratsvorsitzender der GEMA

**O**bwohl Reinhold Kreile mit 94 Jahren durchaus ein sehr hohes Alter erreicht hat, traf mich – wie gewiss auch viele der ehemaligen Aufsichtsrätinnen und Aufsichtsräte – die Nachricht von seinem Tod persönlich doch sehr.

Unter seiner Ägide wurde die GEMA sicher maßgeblich geprägt, und ich hatte die Gelegenheit und Ehre, ihn in eben dieser seiner Zeit als Generaldirektor und Vorstandsvorsitzender während meiner ersten (jungen) Jahre als Aufsichtsrat noch miterleben zu dürfen. Da Professor Kreile mit seiner Berufung als GEMA Chef 1990 fast alle der zahlreichen von ihm ausgeübten politischen Ämter wie z. B. auch sein Jahrzehnte währendes Bundestagsmandat beendet hatte, sei diese Würdigung auch nur auf jene 15 Jahre „bei uns“ beschränkt.

Wir Mitglieder haben von dieser nicht selbstverständlichen Fokussierung und Zuwendung eines so vielfältig talentierten Strategen und Kämpfers für unsere Sache extrem profitiert: Die große politische Erfahrung, der planerische Weitblick, die stets spürbare Begeisterung für die Musik – übrigens auch als Klavierspieler und Organist –, ebenso wie seine Beharrlichkeit, sein Verantwortungsbewusstsein und leidenschaftliches Engagement haben vieles ermöglicht, was noch heute positiv für unser Berufsleben nachwirkt!

Er hat mit diesen multiplen Fähigkeiten für die GEMA etliche Meilensteine erreicht und nachhaltige Erfolge erzielt. Nur beispielhaft seien genannt:

- 1990 Eingliederung der AWA in die GEMA unter kluger Zuhilfenahme der bereits davor bestehenden Gegenseitigkeitsverträge;
- bereits ab 1997 frühe Befassung mit den Herausforderungen des Onlinemarkts und vertragliche Vereinbarungen enger internationaler Kooperationen der Ver-

wertungsgesellschaften für die beginnende Lizenzierung im Internet;

- 1999 Bewältigung des Währungswechsels von D-Mark zu Euro;
- 2003 Einführung von DIDAS, damit Öffnung zur internationalen Datenverarbeitung mit Online-Datenbanken;
- 2005 erfolgreiche Behauptung der Tonträgerlizenzen trotz Umsatzeinbußen der Tonträgerindustrie.

Insgesamt haben sich während seiner Amtszeit die Erträge der GEMA mehr als verdoppelt, von 400 Millionen Euro auf über 850 Millionen Euro.

Auch seine wichtige und herausragende Rolle im internationalen „playing field“ darf nicht unerwähnt bleiben: Seine unermüdliche Arbeit und entsprechendes Ansehen in zahlreichen Präsidentenämtern und Spitzenpositionen

### BIOGRAFIE

#### Prof. Dr. Reinhold Kreile

Als studierter Jurist, Volkswirt und Musikwissenschaftler vereinte er von 1990 bis 2005 als Generaldirektor und Vorstandsvorsitzender der GEMA seine Kenntnisse und Leidenschaft im Kampf für ein faires Urheberrecht. Während dieser Zeit hatte er auch international entscheidende Positionen inne, unter anderem 1992 die Präsidentschaft der CISAC, von 2000 bis 2005 die der GESAC und ab 2004 den Vorstandsvorsitz des BIEM. Zu seinem Schaffen gehörte auch die sichere Steuerung der GEMA in Zeiten der Vereinigung mit der AWA und während des Währungswechsels.

Auch nach seiner Zeit bei der GEMA verschrub er sich weiterhin als Anwalt der Harmonisierung im Urheberrecht. Für seine Verdienste erhielt Prof. Dr. Kreile zahlreiche Auszeichnungen, darunter das Große Bundesverdienstkreuz und den Orden „Chevaliers dans l'Ordre National de la Légion d'Honneur“.

haben zu einer weltweiten Stärkung der Position unserer GEMA als einer der größten Verwertungsgesellschaften der Welt maßgeblich beigetragen.

Und nicht zuletzt hat ihn sein tiefes, gelebtes Verständnis von der Bedeutung der Musikautorinnen und -autoren für die Kulturlandschaft als kreative Treiber des Musikgeschehens fortwährend motiviert, stets von Neuem und hartnäckig für deren Vergütung und damit Existenz einzutreten!

Auch nach Beendigung seiner Tätigkeit für die GEMA hat er unverdrossen und weiterhin engagiert diese Überzeugungen vertreten, so noch 2014 in einem Interview der ARD: „Die Erkenntnis dessen, was der schöpferische Mensch von der Gesellschaft fordern kann, und dies dann zu formulieren, ist die Aufgabe des Urheberrechts. [...] Es geht immer um das geistige Eigentum, d. h. der Respekt vor dem Schöpfer geistigen Eigentums verändert sich nicht. Das ist die Grundhaltung, mit der man jedes urheberrechtliche Problem angehen muss.“

Wir werden ihn als klugen, pointierten und durchaus auch gewitzten Vertreter unserer Interessen nie vergessen!

P.S. Und ich werde die zahlreichen von tiefstem musikalischen und dramaturgischen Verständnis geprägten Pausengespräche mit ihm in unserer Münchner Staatsoper immer mit mir tragen, zuletzt bei der Penderecki-Premiere vor zwei Jahren, als Reinhold Kreile – noch von seinem leider viel zu früh verstorbenen Sohn Johannes begleitet – wie seit Jahrzehnten gewohnt kundig Interpretation und Inszenierung des Abends kommentierte bei nur geringfügigen Abweichungen in unserer Sichtweise. Dies ein bisschen im Gegensatz zu vereinzelt auch mal sehr ernst geführten Diskussionen im Aufsichtsrat 2003 bis 2005 ...  
Ralf Weigand

# Servus, Jürgen Brandhorst

Mehr als 30 Jahre war Jürgen Brandhorst in vielen verantwortlichen Positionen bei der GEMA tätig. Nun geht er in den Ruhestand, der für ihn eher ein Unruhestand ist

INTERVIEW Lars Christiansen

**Lieber Jürgen Brandhorst, wenn du an die GEMA denkst, dann denkst du als Erstes ...**

... an die vielen sympathischen und inspirierenden Kolleginnen und Kollegen, mit denen ich über die Jahre so konstruktiv zusammenarbeiten konnte. Und an über 30 Jahre stets spannende, herausfordernde und abwechslungsreiche Tätigkeiten (sonst wäre ich sicher zeitig gegangen ...), die für mich immer mit Sinn erfüllt waren aufgrund der nachvollziehbaren wichtigen Aufgaben der GEMA für die Musikschaffenden. Aus deren Kreis ich viele beeindruckende Persönlichkeiten näher kennenlernen durfte.

**Du bist 1992 zur GEMA gekommen und warst in verschiedenen Führungspositionen tätig. Zunächst als Leiter der musikwissenschaftlichen Abteilung, später als Direktor der Verteilung im Aufführungs- und Senderecht bzw. für die sozialen und kulturellen Bereiche des Verteilungsplans. Außerdem hattest du die Geschäftsführung der GEMA-Stiftung inne und hast als Vorstand für die Franz Grothe-Stiftung gearbeitet. Welche der Stationen war die liebste?**

Gerne erinnere ich mich an die Verantwortung im Verteilungsbereich, als wir wesentliche Impulse in der Organisationsentwicklung und im Verteilungsplan setzen konnten, die heute noch Auswirkung zeigen. Bei der GEMA Stiftung konnten unter anderem – neben der finanziellen Konsolidierung in der Zeit der niedrigen Zinseinnahmen – die Förderstrukturen z. B. durch eigene Websites im Internet noch transparenter gemacht und wichtige Musikpreise ins



## BIOGRAFIE

**Dr. Jürgen Brandhorst,**

geb. 1962, studierte nach dem Abitur unter anderem Musikwissenschaft, Geschichte und Germanistik in Münster, wo er zum Dr. phil. promoviert wurde. Nach einigen Jahren in Forschung und Lehre in Münster und Osnabrück kam er 1992 zur GEMA nach München.

Leben gerufen werden wie der „Lyrikon“ im Textbereich und der „Paul Abraham Preis“ für populäres Musiktheater. Bei Franz Grothe war mir wichtig, dass die Stiftung selbst eine wissenschaftlich-kritische Biografie des Stifters beauftragt und veröffentlichen lässt.

**Viele Jahre hattest du ein Büro in München und eines in Berlin. Bist du gern gependelt?**

Ja, denn in den (für mich) beiden spannendsten Städten Deutschlands zu leben, war eine Bereicherung. Und ich konnte oft in vollen Zügen arbeiten ...

**Du hast regelmäßig die Jury-Sitzungen des Deutschen Musikautoren\*innenpreises geleitet. Gibt es ein Jahr (oder eine Jury), das dir besonders in Erinnerung geblieben ist?**

Es gab tatsächlich ein Jahr, in dem außergewöhnlich persönlich und nachhaltig gerungen wurde. Ich erzähle aber nicht, wann und in welcher Besetzung. Die Begegnungen mit den großartigen Musikautorinnen und Musikautoren in diesem Rahmen war für mich jedes Mal ein Höhepunkt des Arbeitsjahres, bei dem ich das vielfältige Repertoire der GEMA immer in der ganzen Breite kennenlernen konnte. Der gegenseitige Respekt zwischen den teilweise doch sehr unterschiedlichen Genres und Persönlichkeiten hat sich in den Jahren der Juryarbeit stetig weiterentwickelt und war beeindruckend.

**Du hast in vielen Workshops und in der virtuos regelmäßig hochkomplexe GEMA Themen allgemeinverständlich erklärt. Was ist das aus deiner Sicht schwierigste GEMA Thema, das am Ende doch ganz einfach ist?**

Das grundlegende Solidarprinzip der GEMA ist im Grunde einfach: Erfolgreichere Musikautorinnen und -autoren fördern in verschiedener Form die (noch) nicht so erfolgreichen Mitglieder. Aufgrund der teilweise sehr komplexen Form dieser Maßnahmen können die Nutznießerinnen und Nutznießer diese jedoch häufig nicht richtig nachvollziehen und wertschätzen.

**Und nun im Ruhestand?**

Der erweist sich eher als kreativ unruhig. Endlich kann ich selbst wieder genug Musik machen. Außerdem arbeite ich als Mediator und lehre als Musikwissenschaftler an einer Universität. Es wird also keinesfalls langweilig.

Fotos: Sebastian Linder, picture alliance/REUTERS

# STEFAN

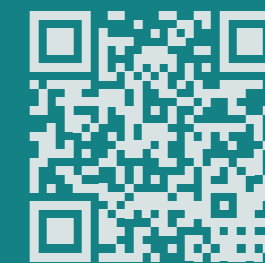
RADIO; TONTRÄGER; SOCIAL MEDIA; DISKOTHEKEN; STREAMING; LIVE-U-MUSIK; LIVE-E-MUSIK; VIDEOSTREAMING

# Bestseller 2023

**H**ier kommen in acht Rubriken die „GEMA Bestseller“ des vergangenen Jahres. Das sind die meistgenutzten Werke in den Kategorien Live (U- & E-Musik), Radio (Hörfunk), Musik- und Videostreaming, Diskotheken sowie Tonträger und die Bestplatzierten aus den Social-Media-Plattformen. Da die letzten Verteilungen des Vorjahres zum Jahresende des darauf folgenden stattfinden, stehen nun die Gewinner aus dem Jahr 2023 fest.

Eine Besonderheit gibt es in diesem Jahr: Aus Platz- und Termingründen – die letzte *virtuos* des Jahres 2024 erscheint rund einen Monat früher als in der Vergangenheit – veröffentlichen wir in der Print-Ausgabe die Titel samt ihrer Interpreten. Unter [gema.de/charts2023](http://gema.de/charts2023) zeigen wir online die umfangreicheren Urheber- und Verlagsangaben zu den Werken. Wir wünschen viel Freude beim Stöbern, Entdecken und Erinnern

TEXTE & CHARTS Dominik Bruckner, Jan Chau, Lars Christiansen, Sophia Demberg, Markus Dieck, Josef Eschker, Yasmine Georges, Andrea Gülbahar, Lars Jantke, Sascha Masch, Silke Rühlemann, Thomas Spitzer, Jochen Schücke, Andrea Tenner, Lisa-Marie Wetter



**Sie vermissen Angaben zu Komposition, Text, Verlag?**

Sie finden sie auf [gema.de/charts2023](http://gema.de/charts2023)



## Blumen für sich

Der Rache-Song „Flowers“, in dem Miley Cyrus mit ihrem Ex-Mann Liam Hemsworth abrechnet (VÖ an dessen 33. Geburtstag; Video zum Song wohl in der Villa gedreht, in der er sie mutmaßlich betrogen haben soll), war 2023 weltweit ein Über-Hit. Bei uns stand er im Radio an der Spitze der Playlists.

Hier finden sich die Songs, die am häufigsten im **HÖRFUNK** gelaufen sind

- 01 **Flowers**  
Miley Cyrus
- 02 **Anti-Hero**  
Taylor Swift
- 03 **Trustfall**  
P!NK
- 04 **Star Walkin' (League of Legends Worlds Anthem)**  
Lil Nas X
- 05 **Substitution**  
Purple Disco Machine & Kungs
- 06 **Kiss Me**  
Dermot Kennedy
- 07 **10:35**  
Tiësto
- 08 **Chemical**  
Post Malone
- 09 **I'm Good (Blue)**  
David Guetta & Bebe Rexha
- 10 **Back To You Lost Frequencies, Elley Duhé & X Ambassadors**

In dieser Kategorie bilden wir die Verkäufe der **TONTRÄGER** in Deutschland ab, vor allem CDs, aber auch Vinylplatten

- |   |  |
|---|--|
| 01 Sweet Sounds Of Heaven<br><b>Rolling Stones</b>      | 11 My Cosmos Is Mine<br><b>Depeche Mode</b>      |
| 02 Us And Them<br><b>Pink Floyd</b>                     | 12 Never Let Me Go<br><b>Depeche Mode</b>        |
| 03 Money<br><b>Pink Floyd</b>                           | 13 Dreamy Skies<br><b>Rolling Stones</b>         |
| 04 Time<br><b>Pink Floyd</b>                            | 14 Any Colour You Like<br><b>Pink Floyd</b>      |
| 05 Speak To Me<br><b>Depeche Mode</b>                   | 15 Get Close<br><b>Rolling Stones</b>            |
| 06 People Are Good<br><b>Depeche Mode</b>               | 16 Whole Wide World<br><b>Rolling Stones</b>     |
| 07 Now And Then (Beatles Version)<br><b>The Beatles</b> | 17 The Great Gig In The Sky<br><b>Pink Floyd</b> |
| 08 Always You<br><b>Depeche Mode</b>                    | 18 Mess It Up<br><b>Rolling Stones</b>           |
| 09 Ghosts Again<br><b>Depeche Mode</b>                  | 19 Depending On You<br><b>Rolling Stones</b>     |
| 10 Angry<br><b>Rolling Stones</b>                       | 20 Caroline's Monkey<br><b>Depeche Mode</b>      |



### Ü-70-Rock-'n'-Roll

Wenn die Stones mal ins Rollen kommen, erschüttern sie die Charts. Kein Wunder, 18 Jahre lang hatten die Briten kein Album mehr mit eigenen Songs aufgenommen. Von „Hackney Diamonds“ kommen sechs Nummern in die Top 20 in der Kategorie Tonträger.

Alle Angaben zu  
Komponistin, Textdichter  
und Originalverlag finden Sie auf  
[www.gema.de/charts2023](http://www.gema.de/charts2023)



### Multitalentiert

Peggy Gou ist eine echte Weltbürgerin: Geboren in Südkorea, später Mode-Studium in London, 2014 Umzug nach Berlin, um aufzulegen. Hits schafft sie nebenbei auch noch, 2023 „(It Goes Like) Nanana“, das auf Social Media und beim Streaming durch die Decke ging.

Songs, die 2023 am meisten gespielt wurden auf **SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN**

- |  |   |
|--|---|
| 01 Blue Blood<br>K.: Heinz Kiessling                           | 01 Can't Hold Us<br>Macklemore & Ryan Lewis |
| 02 (It Goes Like) Nanana<br>Peggy Gou                          | 02 Low<br>Flo Rida                          |
| 03 Rasputin<br>Boney M.  | 03 Gimme, Gimme, Gimme<br>ABBA              |
| 04 Mitä Jos?<br>Tauski ft. Enzo                                | 04 Yeah!<br>Usher                           |
| 05 Axel F K.: Harold Faltermeyer                               | 05 Danza Kuduro<br>Don Omar & Lucenzo       |
| 06 No Roots<br>Alice Merton                                    | 06 Monsta<br>Culcha Candela                 |
| 07 Feel The Groove<br>Queens Road und Fabian Graetz            | 07 Pepas<br>Farruko                         |
| 08 Bongo Cha Cha Cha<br>Orig.: Caterina Valente                | 08 Freed From Desire<br>Gala                |
| 09 Sarà Perché Ti Amo<br>Ricchi E Poveri ft. Giovanni Zarrella | 09 Ohne mein Team<br>Bonez Mc & RAF Camora  |
| 10 Lemon Tree<br>Fools Garden                                  | 10 Hotel Room Service<br>Pitbull            |



### ABBA-artig tanzbar

„Gimme, Gimme, Gimme“ mehr von diesen vier Schweden, die seit Jahrzehnten überall mit ihren Liedern präsent sind, wenn gute Laune gefragt ist und Tanzbeine geschwungen werden wollen. ABBA auf Platz drei in den Diskotheken.

Charts der Werke, die am häufigsten in **DISKOTHEKEN** genutzt wurden



### Sommer-Knaller

Frei zusammengefasste YouTube-Kommentare zu „Mädchen auf dem Pferd“: absoluter „Sommer-Banger“, der „ballert“, den man „24/7 hört“ und „unnormale geil“ ist. Lief deshalb auch auf Streaming-Portalen heiß.

Die am häufigsten gestreamten Songs auf den **STREAMING-PORTALEN**

- |  |   |
|--|---|
| 01 (It Goes Like) Nanana<br>Peggy Gou                                  | 01 Hulapalu<br>Andreas Gabalier                                   |
| 02 Baby Don't Hurt Me<br>David Guetta, Anne-Marie und Coi Leray        | 02 Atemlos durch die Nacht<br>Helene Fischer                      |
| 03 Komet Udo Lindenberg & Apache 207                                   | 03 Ein Kompliment<br>Sportfreunde Stiller                         |
| 04 9 bis 9 Sira/<br>Badchieff/Bausa                                    | 04 Regenbogenfarben<br>Kerstin Ott                                |
| 05 Mädchen auf dem Pferd<br>Luca-Dante Spadafora, Niklas Dee, Octavian | 05 Proud Mary<br>Tina Turner                                      |
| 06 Everytime We Touch<br>Cascada                                       | 06 Angels<br>Robbie Williams                                      |
| 07 Stolen Dance<br>Milky Chance  | 07 Highway To Hell<br>AC/DC                                       |
| 08 Mitä Jos?<br>Tauski ft. Enzo  | 08 Warum hast du nicht nein gesagt<br>Roland Kaiser & Maite Kelly |
| 09 Rasputin<br>Boney M.  | 09 Griechischer Wein<br>Udo Jürgens                               |
| 10 Wildberry Lillet<br>Nina Chuba                                      | 10 Sweet Caroline<br>Neil Diamond                                 |

Die Charts der meistgespielten **UNTERHALTUNGSMUSIK**

- |   |   |
|---|---|
| 01 Hulapalu<br>Andreas Gabalier                                   | 01 Peter und der Wolf<br>op. 67<br>Sergej Prokofev      |
| 02 Atemlos durch die Nacht<br>Helene Fischer                      | 02 A Simple Symphony<br>op. 4<br>Benjamin Britten       |
| 03 Ein Kompliment<br>Sportfreunde Stiller                         | 03 Adagio for Strings<br>op. 11 (1938)<br>Samuel Barber |
| 04 Regenbogenfarben<br>Kerstin Ott                                | 04 Palladio<br>Karl Jenkins                             |
| 05 Proud Mary<br>Tina Turner                                      | 05 Finlandia: Ton-dichtung<br>op. 26/7<br>Jean Sibelius |
| 06 Angels<br>Robbie Williams                                      | 06 Violinkonzert in d-Moll<br>op. 47<br>Jean Sibelius   |
| 07 Highway To Hell<br>AC/DC                                       | 07 English Folk Song<br>Suite Ralph Vaughan Williams    |
| 08 Warum hast du nicht nein gesagt<br>Roland Kaiser & Maite Kelly | 08 Melody<br>Myroslav Skoryk                            |
| 09 Griechischer Wein<br>Udo Jürgens                               | 09 Der Feuervogel<br>Igor Strawinsky                    |
| 10 Sweet Caroline<br>Neil Diamond                                 | 10 Masquerade: Walzer<br>Aram Iljitsch Chatschaturjan   |



### Schlager hoch 2

Gut, dass Maite Kelly und Roland Kaiser zur Zusammenarbeit nicht Nein gesagt haben. Ihr Mitsing-Duett landet in der live aufgeführten U-Musik auf Platz acht.



### Zeitlose Melodie

Karl Jenkins ist dafür bekannt, klassische Musiktraditionen mit modernen Elementen zu verschmelzen. Eines seiner bekanntesten Werke ist „Palladio“ von 1996 (Platz 4). Das Allegretto wurde ursprünglich für einen Werbespot komponiert.

Diese Charts spiegeln Live-Aufführungen der **ERNSTEN MUSIK** mit Orchester wider

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 01 Peter und der Wolf<br>op. 67<br>Sergej Prokofev      | 01 Vampire Diaries     |
| 02 A Simple Symphony<br>op. 4<br>Benjamin Britten       | 02 The Rookie          |
| 03 Adagio for Strings<br>op. 11 (1938)<br>Samuel Barber | 03 Gossip Girl         |
| 04 Palladio<br>Karl Jenkins                             | 04 Hawaii Five-0       |
| 05 Finlandia: Ton-dichtung<br>op. 26/7<br>Jean Sibelius | 05 Pretty Little Liars |
| 06 Violinkonzert in d-Moll<br>op. 47<br>Jean Sibelius   | 06 The Rookie          |
| 07 English Folk Song<br>Suite Ralph Vaughan Williams    | 07 Seal Team           |
| 08 Melody<br>Myroslav Skoryk                            | 08 Lupin               |
| 09 Der Feuervogel<br>Igor Strawinsky                    | 09 Prison Break        |
| 10 Masquerade: Walzer<br>Aram Iljitsch Chatschaturjan   | 10 Grey's Anatomy      |

Abrufe aus Deutschland bei **VIDEO-ON-DEMAND-STREAMINGPORTALEN**

- |                        |
|------------------------|
| 01 Vampire Diaries     |
| 02 The Rookie          |
| 03 Gossip Girl         |
| 04 Hawaii Five-0       |
| 05 Pretty Little Liars |
| 06 The Rookie          |
| 07 Seal Team           |
| 08 Lupin               |
| 09 Prison Break        |
| 10 Grey's Anatomy      |

Die deutsche Netflix-Serie auf Position:

- |                |
|----------------|
| 34 Liebes Kind |
|----------------|



### Alter Anfänger

In seinen Vierzigern krepelt John Nolan sein Leben komplett um, und fängt als „The Rookie“ bei der Polizei an. Bei uns u. a. in der ZDF-Mediathek zu sehen. Platz zwei für die Serie bei Video-on-Demand.

### AUSWERTUNG

Die Auswertung für die Kategorie Videostreaming erfolgt auf Werkbasis, d. h. die Positionen beziehen sich auf die in Serien und Filmen vorgekommene Musik. Dadurch sind Serien teilweise mehrfach vertreten wie 2023 „The Rookie“ auf Platz 2 und 6. Wenn man die Beiträge für die beiden Werke der Serie zusammenrechnet, würde die Serie auf Platz 1 vor „Vampire Diaries“ landen. Dieser Effekt ergibt sich auch in der Gesamtauswertung der Top 100, zusammengenommen hätten es einige Serien auch in die Top 10 geschafft.



# ALLES NEU?

Mitgliederversammlung 2025  
vom 13. bis 15. Mai 2025 in München

Es wird spannend, denn die Mitgliederversammlung verändert sich im nächsten Jahr! Wir werden erstmalig auf dem **Werksviertel-Mitte** unsere Mitglieder zusammenbringen.

In unserem Versammlungsbereich, der sich unter anderem über **TonHalle, Technikum, Werk7 und Werk1** erstreckt, wird es ein reichhaltiges Rahmenprogramm mit musikalischen und gewinnbringenden Impulsen und Workshops geben.

An den zahlreichen Infoständen kannst du dich zu verschiedenen Themen aus dem GEMA Kosmos abholen lassen.

Wir bauen eine auch für die Öffentlichkeit zugängliche **#GEMASTage** auf mit einem Programm aus Musik und Information.

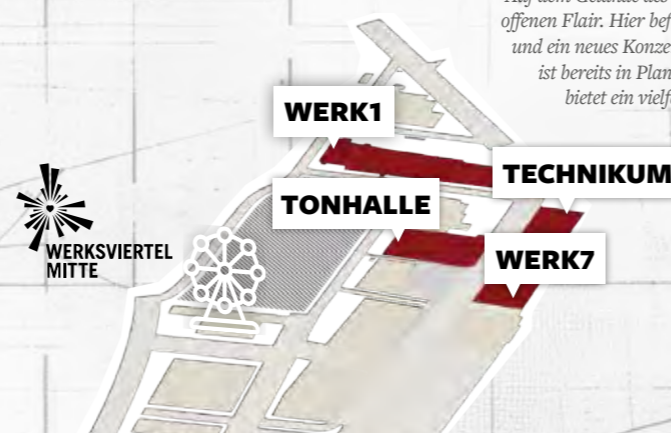
Es wird neue Möglichkeiten geben, sich vor Ort zu vernetzen:

Bei einem Austausch in einer Interessengruppe, einem entspannten Frühstück im Riesenrad oder im Rahmen des Mitgliederfests. Verschiedene Hotelangebote direkt auf dem Gelände sorgen außerdem dafür, dass sich auch spontan noch weitere Begegnungen außerhalb des Programms ergeben können. Mehr Infos zu den verschiedenen Hotelangeboten findest du schon jetzt hier:

Komm vorbei und verpasse nichts von diesem vielfältigen Angebot. Die Kolleginnen und Kollegen der GEMA freuen sich schon darauf, dich vor Ort persönlich zu treffen!



Auf dem Gelände des Werksviertel-Mitte trifft sich Kulturhistorie mit einem modernen, offenen Flair. Hier befinden sich TonHalle und Technikum, bekannte Konzertlocations und ein neues Konzerthaus für das Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks ist bereits in Planung. Das Areal ist auch Heimat des Start-up-Hubs Werk1 und bietet ein vielfältiges gastronomisches Angebot.



## Jetzt bist du gefragt!

Wir wollen wissen: Was liegt dir am Herzen?

Wir haben das Feedback der Mitgliederversammlung 2024 angenommen und gehen mit den Creative Sessions in die nächste Runde. Wir freuen uns über weitere Impulse von dir:

- 1. Welches Thema** wünschst du dir für **eine Keynote, einen Workshop oder ein Panel?**
- 2. Das ganze Gelände** soll sich nach GEMA anfühlen und unsere Gäste sollen sich auf dem GEMA Festival wohl fühlen. **Was gehört für dich dazu? Ist es Merch, eine Kaffee-Flatrate oder eine persönliche Begrüßung von deinem Lieblingsartist?** Deiner Fantasie sollen keine Grenzen gesetzt sein.

Schick uns deine Impulse und Vorschläge bis zum **06.12.2024** an **mitgliederversammlung@gema.de!**



## Komm auf die #GEMASTage

Wir möchten der Öffentlichkeit die Arbeit der GEMA und ihrer Mitglieder näherbringen und ein vielfältiges Musikprogramm über alle Genres anbieten. Dafür sind wir auf der Suche nach spannenden Beiträgen für verschiedene Formate auf der #GEMASTage.

- **Du möchtest teilen**, wie deine ersten Schritte als GEMA Mitglied waren?
- **Du möchtest selbst performen** oder einen anderen Act vorschlagen?
- **Du würdest gerne Einblicke** in das Leben und die Arbeit einer Textdichterin, eines Komponisten oder einer Verlegerin geben?
- **Du hast einen anderen Vorschlag**, was auf jeden Fall auf der #GEMASTage stattfinden sollte?

✉ Schick uns deine Vorschläge für die #GEMASTage oder deine unverbindliche Anmeldung **bis zum 15.01.2025** an **mitgliederversammlung@gema.de**

🔗 Genauere Details zu den geplanten Panels, den Speakern auf der Veranstaltung und dem Programm auf der #GEMASTage findest du ab Frühjahr 2025 auf **gema.de/mitgliederversammlung**

📄 Infos zu Anträgen für die Mitgliederversammlung, Einladung, Tagesordnung und Transparenzbericht findest du auf den **Seiten 34 und 35**.

# Wohin geht die KI-Reise?

TEXT Jonathan Huber

**Technologische Entwicklungen** mitgestalten statt den Veränderungen zuzuschauen: Das hat sich die GEMA auf die Fahnen geschrieben, als Open AI im November 2022 ChatGPT vorstellte und damit generative künstliche Intelligenz (KI) in aller Munde gebracht hat. Zwei Jahre später sind wir Vorreiterin im internationalen Musikgeschäft: Die GEMA hat diverse Prototypen gestartet, interne Prozesse mithilfe von KI optimiert, gemeinsam mit der französischen Schwestergesellschaft SACEM eine Studie zum KI-Musikmarkt veröffentlicht und jüngst mit dem Zwei-Säulen-Modell den weltweit ersten Ansatz vorgestellt, wie eine Lizenzierung von generativen KI-Tools aussehen kann, wenn diese mit urheberrechtlich geschütztem Material trainiert wurden. Zum Jahresende 2024 blicken wir auf ausgewählte Initiativen, mit denen sich die GEMA derzeit als KI-Vordenkerin positioniert.

## NACHSCHLAGEWERK RUND UM KI UND MUSIK

### Das KI-Dossier

**Wir sagen** dem gefährlichen Halbwissen den Kampf an! Um die öffentliche Debatte rund um künstliche Intelligenz mitzugestalten, hat die GEMA verschiedene Formate entwickelt, um die neue Technologie zu erklären und einzuordnen. Auf unseren Online- und Social-Media-Kanälen finden Sie aktuelle Entwicklungen im Bereich Lizenzierung und Urheberrecht, Presseberichte über die GEMA im Zusammenhang mit KI, Tipps für hilfreiche KI-Tools, Erfahrungsberichte von Musikerinnen und Musikern und vieles mehr.

Stöbern Sie jetzt in unserem KI-Dossier: [www.gema.de/dossier-ki](http://www.gema.de/dossier-ki)

## ETHISCHER UMGANG MIT KI

### KI-Charta

In **zehn Grundsätzen** definiert die GEMA, wie ein ethisch und rechtlich verantwortungsvoller Umgang mit generativer KI aussehen sollte. Dabei steht der kreative Mensch im Mittelpunkt. Die KI-Charta ist Denkanstoß und Leitfaden für die Musikbranche und ein Beitrag zur Debatte, wie wir die faszinierende Technologie konstruktiv in unsere Arbeits- und Kreativprozesse einbinden können.

Weiterlesen auf **Seite 30**

## VERGÜTUNG FÜR KI-MUSIK

### KI-Lizenzmodell

**KI-Anwendungen** und ihr Output sind nur so gut, wie die Daten, mit denen sie trainiert wurden. Daher müssen die Urheberinnen und Urheber der Trainingsdaten an den Erfolgen der Tools beteiligt werden. Die GEMA hat jetzt ein Modell vorgestellt, wie eine solche Beteiligung aussehen kann. Davon profitieren auch die Anbieter, die mit einer Lizenz rechtssicher größtmögliche Trainingsdatensätze nutzen können.

Weiterlesen auf **Seite 31**

## KI ALS HILFSMITTEL IM KREATIVPROZESS

### Mitglieder-Workshops

**Wie funktioniert** ein guter Prompt? Wie kann mich KI bei der Musikproduktion unterstützen? Ist es ethisch vertretbar, mit generativer KI zu arbeiten? In unseren Webinaren und Workshops mit internen und externen Referentinnen und Referenten werfen wir einen Blick hinter die Kulissen von KI-Tools und unterstützen Sie als Musikschaufende bei der Nutzung von KI. Und das Beste: Die Veranstaltungen sind als Teil unseres Vorteilsprogramms „GEMApus“ für GEMA Mitglieder komplett kostenlos.

Aktuelle Termine finden Sie unter [events.gema.de](http://events.gema.de)

## GEMA BERATUNG OHNE WARTEZEIT UND RUND UM DIE UHR

### Service-Chat »Melody«

**Zugegeben:** Es fällt manchmal schwer, den Überblick zu behalten in der GEMA Welt. Ob Tarifwerk, Verteilungsplan, Urheberrecht oder Meldefristen – manchmal braucht es Spezialistinnen und Spezialisten, die individuell beraten. Ab sofort müssen Sie bei Fragen zur GEMA nicht mehr auf persönliche Unterstützung warten. Mit der virtuellen Assistentin „Melody“ auf unserer Website (zu finden im rechten unteren Bildschirm) erhalten Sie sofort Antworten – und das rund um die Uhr. Sollte Ihnen Melody dennoch einmal nicht weiterhelfen können, gibt es weiterhin die gewohnten Service-Kanäle für Ihr Anliegen.

„Melody“ rund um die Uhr auf [www.gema.de](http://www.gema.de)

## GROSSE PLAYER IN DIE VERANTWORTUNG NEHMEN

### Die GEMA klagt gegen KI-Anbieter

**Wir verstehen KI** als große Chance für die Musikbranche: Sie kann aufwendige Prozesse vereinfachen, unliebsame Aufgaben übernehmen oder kreative Impulse geben. Doch um das Potenzial der neuen Technologie voll auszuschöpfen, müssen sich alle Beteiligten an die geltenden Regeln halten. Wir sehen eindeutige Hinweise, dass das nicht überall passiert ist: Große KI-Anbieter haben nachweislich Werke aus dem GEMA Repertoire zum Training genutzt, ohne dafür eine Erlaubnis einzuholen. Als einzelne Musikerin oder einzelner Musiker ist es schwer, dagegen vorzugehen. Doch als Solidargemeinschaft sehen wir uns in

der Lage, auch internationale Player in ihre Schranken zu weisen.

Daher geht die GEMA als erste Verwertungsgesellschaft weltweit in eine gerichtliche Auseinandersetzung mit Open AI. Gegenstand der Klage sind ausgewählte Werke einzelner GEMA Mitglieder, die nachweislich zum KI-Training genutzt wurden. Die betreffenden Mitglieder haben diesem Vorgehen zugestimmt. Wir erhoffen uns von dem Urteil eine Signalwirkung, die auf die ganze Musikbranche ausstrahlt: Die großen KI-Anbieter müssen mit den Kreativen zusammenarbeiten und diese vergüten, statt ihre Rechte zu ignorieren.

Weitere Informationen zur KI-Klage der GEMA finden Sie unter [www.gema.de/ki-klage](http://www.gema.de/ki-klage)

## DAS ENDE DER MANUELLEN SETLIST?

### KI-Musikmonitoring auf Festivals

**Die Zukunft beginnt jetzt!** Eine zuverlässige Möglichkeit, live gespielte Songs automatisch zu erkennen und daraus Setlists zu erstellen, galt lange als technologisches Traumszenario. Mit KIM (KI-Musikmonitoring) hat die GEMA schon 2023 eine technische Lösung auf großen Festivals erprobt, die herausragende Ergebnisse erzielt hat. In der Festivalssaison 2024 konnte KIM seine Ergebnisse noch weiter verbessern: Über 98 Prozent der live gespielten Werke wurden korrekt erkannt. Auf 54 Festivals und 5 Konzerten hat KIM rund 2600 Setlists erstellt, die zusammengekommen über 28 000 Songs enthalten. Das spart nicht nur den Veranstalterinnen und Veranstaltern Arbeit, sondern beschleunigt auch die Verarbeitungsprozesse im Hintergrund und soll so dazu beitragen, dass wir Ihre Livetantiemen schneller ausschütten können.

Weitere Infos zu KIM unter [www.gema.de/ki-monitoring](http://www.gema.de/ki-monitoring)



Abonnieren Sie den **GEMA Newsletter:**

QR-Code führt auf [www.gema.de/newsletter-ki](http://www.gema.de/newsletter-ki)

Immer auf dem Laufenden bleiben: **zum KI-Dossier der GEMA**

QR-Code führt auf [www.gema.de/dossier-ki](http://www.gema.de/dossier-ki)



# »»Der Mensch ist der Pilot, das Digitale der Co-Pilot««

**Ralph Kink, neuer Vorstand für „Digitale Transformation“, erklärt im Interview, wie die Digitalisierung dazu beitragen soll, dass Mitglieder schneller an ihre Tantiemen kommen – und warum die GEMA gut beraten ist, ihre Geschichte besser zu erzählen**

INTERVIEW **Ursula Goebel**

**R**alph, du hast kürzlich als Vorstand das neue Ressort „Digitale Transformation“ bei der GEMA übernommen. Was reizt dich an der neuen Aufgabe? Das Erste ist die Mission der GEMA. Wir möchten, dass die Musikschaffenden von ihrer Arbeit leben können. In unserer Welt wird es immer wichtiger, den Blick darauf zu haben, was Menschen schaffen und wie kreativ sie sind. Daher reizt es mich, diesen Menschen zu helfen, damit sie Wertschätzung für ihre Arbeit bekommen.

**Vor deiner Aufgabe bei der GEMA warst du bei Microsoft. Siehst du nach den ersten Wochen im Amt Parallelen zur GEMA?**

Es gibt eine große Analogie. Bei Microsoft ging es auch immer darum, die Menschen in den Mittelpunkt zu stellen und ihnen zu helfen, mehr tun

zu können, mehr Freizeit zu haben. Ein besseres Leben durch Technologie zu führen. Genau das machen wir bei der GEMA im Bereich der Digitalisierung. Die Musikschaffenden stehen im Mittelpunkt, und die Technologie gibt den Menschen mehr Freiräume, damit der Kopf frei ist für die eigentliche Arbeit. Der Mensch ist dabei immer der Pilot, das Digitale der Co-Pilot.

**Und wie hilft die Technologie der GEMA?**

Die GEMA hat viele Schnittstellen zu Musikschaffenden und Musikknutzerinnen und -nutzern, und all diese Schnittstellen müssen reibungslos und leicht verständlich bedienbar sein. Das ist ein großes Digitalisierungsthema. Wenn ich früher eine Setlist eingeschickt habe, kann ich heute automatisiert über Monitoring-Systeme darstellen, welche Musik ich gespielt habe. Diese Schnittstellen alle leichter bedienbar zu machen, das ist die Aufgabe der Digitalisierung.

**Wo steht die GEMA gerade auf einer Skala von 0 bis 10 im Digitalisierungsbereich?**

Die GEMA hat in den vergangenen Jahren große Fortschritte gemacht. Viele Themen wurden neu und leichtfüßig transformiert und angegangen. Wir sehen einzelne Inseln von guter Digitalisierungsarbeit, zum Beispiel das neu gestaltete Mitglieder- und Kundenportal, aber auch viele technologisch innovative Themen wie das Monitoring. Meine Aufgabe ist es nun, das Ganze

über die Organisation einheitlich auszurollen, sodass wir insgesamt digital schlagkräftiger werden und die nächsten Schritte gehen können, während wir die Systeme, die wir noch modernisieren müssen, auf die Reise schicken.

**Mit welchem Auftrag bist du zur GEMA gekommen?**

Die Mitglieder erwarten zu Recht, dass sie schneller an ihr Geld kommen, schneller an die Tantiemen und dass sie früher wissen, mit was sie von der GEMA rechnen können. Dazu müssen wir digitale Produkte entwickeln, die diesen Bedarf erfüllen. Und die IT muss sich entsprechend einfügen. Hinzu kommt, die Kosten – während wir wachsen – nicht ansteigen zu lassen, sodass wir immer kosteneffizienter werden, relativ zu den Einnahmen, die wir haben. Wir möchten die besten werden, auch was die Effizienz unserer Arbeit betrifft. Da wird die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen.

**Wenn du dir von den Mitgliedern etwas wünschen könntest für deinen neuen Job – was wäre das?**

Für mich ist es wichtig zu verstehen, wie Musikschaffende mit neuen Technologien arbeiten. Natürlich mit KI, aber auch allgemein. Wie sieht der kreative Prozess der Zukunft aus? In einer Welt, in der KI immer dominierender wird, wie bringen sich die Kreativen da ein? Das Zweite, was ich brauche, ist laufendes Feedback: Wie sind die Services, die wir anbieten, und wie sind die Portale? Dasselbe gilt auch für die Musikknutzerinnen

und -nutzer. Finden sie ihre Tarife leicht? Können sie sich gut selbst helfen? Je einfacher wir es ihnen machen, Tarife zu nutzen und zu lizenzieren, desto leichter können wir das Geld wieder an unsere Mitglieder verteilen. Wir brauchen laufend Rückmeldungen, wo wir stehen.

**Die GEMA befindet sich ja oft im medialen Diskurs. Welche Rolle hat sie für dich?**

Die GEMA ist wichtig, weil sie Musikschaffenden ermöglicht, von ihrer Arbeit zu leben, und weil sie menschliche Schöpfungskraft repräsentiert. Ich glaube, wir müssen lernen, diese Geschichte besser zu erzählen. Die GEMA wird von vielen Menschen als Organisation wahrgenommen, die Geld eintreibt, ohne dass die Menschen den Hintergrund dazu kennen: Die GEMA wird von ihren Mitgliedern gesteuert. Die Mitglieder entscheiden, wie sie mit dem Geld umgehen, wie sie Kulturförderung betreiben und es unter sich aufteilen, um kulturelle Vielfalt zu erhalten. Wenn die Öffentlichkeit das versteht, dann können wir die Wahrnehmung der GEMA signifikant verändern – und werden dann hoffentlich auch keine

Diskussionen mehr um den Weihnachtsmarkt haben, wo zwei Cent pro Besucher für die GEMA fällig werden und acht Euro für die Bratwurst.

**Wenn du mal nicht arbeitest: Hörst du selbst eigentlich auch Musik – was findest sich in deiner Spotify-Playlist?**

Da findet sich viel Techno und elektronische Musik, Felix Kröcher oder Amelie Lens, Klassiker wie Kraftwerk. Aber auch Schlager fürs Herz, die ich ab und zu auch mal brauche. ■

## BIOGRAFIE

### Ralph Kink

studierte Elektrotechnik an der TU München und begann danach seine Karriere in der Softwareentwicklung. 1999 wechselte er zu Microsoft. Dort hatte er über 25 Jahre hinweg verschiedene leitende Managementpositionen inne, ab 2017 war er als CTO für die technologische Zusammenarbeit mit Microsoft-Partnern verantwortlich. Nach seiner Zeit bei Microsoft startete er als Co-Founder und CTO mit digital.fwd, einer Unternehmensberatung für Digitale Transformation. In seiner neuen Funktion bei der GEMA wird er die technologische Weiterentwicklung, Digitalisierung und Innovationen innerhalb der GEMA vorantreiben.

»»Die GEMA repräsentiert menschliche Schöpfungskraft««

Ralph Kink  
Mitglied des Vorstands

Foto: Michael Kraus



DEUTSCHER  
MUSIKAUTOR\*INNEN  
PREIS



## Top Secret – bis zum 27. Februar 2025!

TEXT **Marlene Kahn**  
& **Nadine Remus**

**Was genau** die Jurymitglieder des Deutschen Musikautor\*innenpreises während ihrer Sitzung besprechen, bleibt für Außenstehende ein gut gehütetes Geheimnis. Geht es hitzig zu? Wird gelacht oder herrscht eine kühl-professionelle Atmosphäre? Ein kleiner Blick durchs Schlüsselloch lässt uns jedoch ahnen: kollegial, konzentriert und für alle Beteiligten ein kulturell bereicherndes Erlebnis.

Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Musik und ihre Schöpfer\*innen. In diesem Jahr kamen die Juror\*innen an zwei regnerischen Septembertagen im tiefsten Oberbayern zusammen, um die Nominierten und Preisträger\*innen des 16. Deutschen Musikautor\*innenpreises zu bestimmen. Welche Namen es nach intensiven Diskussionen auf die Nominiertenliste geschafft haben, erfahren Sie in Kürze auf [www.musikautorinnenpreis.de](http://www.musikautorinnenpreis.de).

Einige Geheimnisse bleiben jedoch bis zur offiziellen Preisverleihung am 27. Februar 2025 in Berlin gewahrt: Wer den Preis mit nach Hause nehmen darf, wird erst an diesem Abend enthüllt.

*Die Jury 2025 (von links): Luis Cruz aka Lucry, Ali N. Askin, Jennifer Allendörfer aka Suena, Lukas Hainer (stehend), Jasmin Shakeri, Frank Nimsgern (stehend), Clemens von Reusner und Iris ter*



## „Eine hervorragende strategische Wahl“

**Vor einem Jahr** hat die GEMA eine Mehrheitsbeteiligung an SoundAware übernommen. Das niederländische Unternehmen wird künftig das Monitoring von ARD und ZDF übernehmen, und ab 2025 die Musik in deutschen Diskotheken analysieren. Erste Tests waren beeindruckend, sagt Aret Abyanoglu, Direktor Mitglieder- und Repertoiremanagement bei der GEMA.

### Aret, für alle, die SoundAware noch nicht kennen: Was macht das Unternehmen genau?

SoundAware ist ein innovatives niederländisches Unternehmen, das seit 2012 führend in der Entwicklung von Musikererkennung ist, der sogenannten Music Recognition Technology (MRT). Die Technologie von SoundAware basiert auf einem hoch entwickelten Monitoring-System, das Audiosignale in Echtzeit erfasst und diese mit Millionen von Fingerprints in der SoundAware-Datenbank abgleicht. Dies geschieht ähnlich wie bei beliebten Apps wie Shazam, jedoch in einem viel breiteren und professionelleren Kontext.

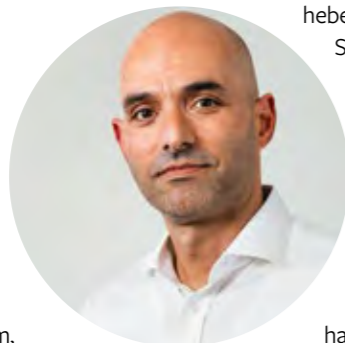
### Vor Kurzem wurde vermeldet, dass SoundAware auch das Monitoring von ARD, ZDF und Deutschlandradio übernimmt.

Ja, ARD, ZDF und Deutschlandradio haben SoundAware für das Monitoring von über 130 öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Hörfunkprogrammen und Onlineangeboten beauftragt. Das ist ein bedeutender Schritt. Diese Entwick-

lung demonstriert eindrucksvoll die technologische Stärke und Expertise von SoundAware.

### War es rückblickend eine gute Entscheidung, SoundAware zu übernehmen?

Rückblickend war die Entscheidung, sich bei SoundAware zu beteiligen, eine hervorragende strategische Wahl. Diese Partnerschaft wird es uns ermöglichen, unsere technologischen Fähigkeiten erheblich zu erweitern und die Musikererkennung auf ein neues Level zu



heben. Unsere Zusammenarbeit mit SoundAware ermöglicht es uns, gezielt innovative Lösungen zu entwickeln, die unseren Mitgliedern neue Chancen bieten, in dieser dynamischen Umgebung erfolgreich zu agieren. Wir sind fest überzeugt, dass diese Entscheidung positive Auswirkungen auf unser Musikökosystem haben wird.

### Auch beim Club- und Diskothekenmonitoring gibt es Neuigkeiten bei SoundAware.

Genau, ab dem 1. Januar 2025 werden wir das Clubmonitoring durch SoundAware durchführen lassen. SoundAware wird die Musiknutzung umfassend analysieren – von Electronic Dance Music über kommerzielle Chart-Hits bis hin zu zeitlosen Club-Klassikern. Wir haben bereits in einem renommierten Münchener Electro-Club erste Tests durchgeführt und beeindruckende Ergebnisse bei der Musikidentifizierung erzielt. Diese Partnerschaft wird uns helfen, die Musiknutzung in Clubs für unsere Mitglieder noch präziser zu erfassen.

social

Hier zeigt sich die GEMA von ihrer besten Seite

- facebook.com/gema
- twitter.com/gema\_news
- instagram.com/gema
- youtube.com/gemamusik
- linkedin.com/company/gema
- tiktok.com/@gemamusik\_

Schauen Sie auf unseren Social-Media-Kanälen vorbei und bleiben Sie immer und überall auf dem Laufenden



Fotos: Kevin Riedl, Keychange, mdu



IMPRESSUM

Herausgeber

Dr. Tobias Holzmüller, Vorstandsvorsitzender der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) Berlin und München

Redaktion

Ursula Goebel (Chefredaktion, V. i. S. d. P.), Lars Christiansen, Pia von Sicherer, Jonathan Huber

Redaktionelle Mitarbeit

Milena Albrecht, Markus Bach, Michaela Baumgart, Brigitte Casanova, Sophia Demberg, Markus Dieck, Michael Duderstadt, Adam Egerer, Sandra Engel, Josef Eschker, Johannes Everding, Nora Fischer, Yasmine Georges, Lisa-Marie Glase, Christin Gläser, Valentin Gräter, Andrea Gülbahar, Antonia Hamann, David Hammer, Lars Jantke, Marlene Kahn, Birgit Kuttich, Felix Keckeis, Nicole Kraft, Oliver Kruse, Jennifer Kühn, Anja Lorenz, Robert Metzner, Jan Müller, Ruth Nocker, Nora Ollech, Anne Radies, Timo Richard, Lars Riemer, Julia Röseler, Silke Rühlmann, Tilmann Schimmel, Giulia Schober, Sonja Schönfeld, Jochen Schücke, Dana Schüller, Stephan Schwamborn, Thomas Spitzer, Peter Stingel, Wolfgang Süß, Svenja Tikovsky, Christina von Gemmingen-Hornberg, Carolin Wagner, Emil Weeber, Ralf Weigand, Lisa-Marie Wetter, Heinz Winkelmann, Nicolas Wolf, Astrid Würfels-Stötzener, Diana Zettl

GEMA

Redaktion virtuos:  
Rosenheimer Straße 11  
81667 München  
E-Mail: redaktion@gema.de  
www.gema.de

Design und Umsetzung

Einhorn Solutions GmbH  
Anja Horn, Jan Köster,  
Marie Friedrich, Ina Mahlich-Leu,  
Virginia Garfunkel  
E-Mail: info@einhorn-solutions.com  
www.einhorn-solutions.com

Anzeigenverkauf

Einhorn Solutions GmbH  
E-Mail: info@einhorn-solutions.com  
www.einhorn-solutions.com

Herstellungsort München  
Verbreitete Auflage ca. 73 000 Stück

© by GEMA – Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, 2024

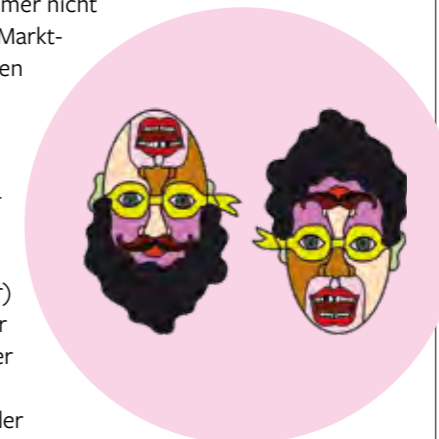
Irrtümer, Verwechslungen und Unvollständigkeiten sowie Druck- und Satzfehler vorbehalten, alle Angaben ohne Gewähr.



## Keychange-Studie diagnostiziert Fortschritt und gleichzeitig dringenden Handlungsbedarf

**Chancengleichheit** ist in der Musikbranche noch immer nicht gegeben. Das ist das Ergebnis der dritten Keychange-Marktforschungsstudie zur Geschlechtervielfalt im deutschen Musikmarkt. Die Situation weiblicher Führungs- und Nachwuchskräfte sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf standen bei der von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) geförderten Studie besonders im Fokus.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass insbesondere FLINTA\* (Frauen, Lesben, Inter-, Trans- & Agender) noch nicht an eine Chancengleichheit der Geschlechter in der Musikindustrie glauben. Die befragten Teilnehmer und Teilnehmerinnen bewerteten die Situation weiterhin überwiegend kritisch, zum Teil sogar kritischer als bei der Keychange-Studie vor drei Jahren. Fast alle befragten FLINTA\* und drei Viertel der Männer gaben an, schon einmal im beruflichen Kontext diskriminierende Erfahrungen gemacht zu haben. Die Studienergebnisse zeigen aber auch erste Verbesserungen: Der Anteil weiblicher Führungskräfte in Geschäftsführungen steigt an. Im Vergleich zur Studie von 2021 wurde zudem häufiger wahrgenommen, dass sich der Anteil von FLINTA\* auf Konzert- und Festivalbühnen erhöht habe. „Keychange legt den Finger erneut in die Wunde. Die Studie zeigt, die Zahlen sind noch immer alarmierend und bisherige Maßnahmen haben zu keinen zufriedenstellenden Ergebnissen geführt, im Gegenteil“, sagt Anna Oberle, Senior Eventmanagerin bei der GEMA. „Aber, wir haben einiges erreicht, wir sind auf dem richtigen Weg und es braucht Zeit.“



## »Hitsingle« — Tobias Reitz' neuer Podcast

**Wie wird aus einer Idee ein Lied?** Was geht in den kreativen Köpfen vor, deren Lieder wir täglich hören? Wie definiert man Erfolg? In der neuen Staffel des GEMA Podcasts „Hitsingle“ taucht Moderator und Textdichter Tobias Reitz (über 1200 Songs, u. a. Texte für Helene Fischer, Roland Kaiser) ein in die Welt der Musikschaffenden. Tobias Reitz spricht mit Komponisten, Songwritern, Produzentinnen und Experten der Musikindustrie über die Geschichten und Geheimnisse, die sich hinter den bekanntesten Hits verbergen. „Hitsingle ist ein außergewöhnliches Podcast-Format. Jede Episode ist nach Songbestandteilen aufgebaut: Intro, Strophe, Refrain, Bridge und Outro. Jedes einzelne Gespräch ist spannend, berührend, unterhaltsam und inspirierend. Für Musikschaffende, aber sicher auch für alle, die Musik ‚nur‘ lieben, ein Highlight im Alltag“, sagt Tobias Reitz. Den Auftakt macht Musikkabarettist Bodo Wartke. Außerdem sind Marianne Rosenberg, Ulrike Haage, Michael Kunze oder Niels Frevert Reitz' Gäste.



# »Danke für zwölf schöne Jahre bei der GEMA«

Liebe Mitglieder,  
mit dieser Ausgabe der *virtuos* verabschiede ich mich von euch und Ihnen als Chefredakteurin dieses Magazins. Nach über zwölf Jahren als Direktorin Kommunikation verlasse ich die GEMA zum Jahresende und wende mich neuen Aufgaben zu. Ich habe diese Entscheidung selbst getroffen, trotzdem erfüllt mich der Schritt mit viel Wehmut.

Insbesondere wenn ich an die vielen inspirierenden Begegnungen mit euch und Ihnen zurückdenke. Beispielsweise beim Deutschen Musikautor\*innenpreis: In den Preisverleihungen und Jurysitzungen durfte ich viele berührende Momente erleben. Ich denke auch an die vielen lebhaften Diskussionen in den Mitgliederversammlungen, in Ausschusssitzungen oder beim informellen Austausch an der (Kaffee)Bar: über die besten Kommunikationsformate, über die Herausforderungen des Musikmachens, über die Wünsche und Sorgen oder über die aktuellen Themen der Branche. Meine Arbeit für euch und für Sie habe ich immer als ein Privileg empfunden.



Als ich vor über zwölf Jahren meine Stelle angetreten bin, war die öffentliche Meinung über die GEMA an einem Tiefpunkt. Selbst unsere Mitglieder waren damals mitunter eher Opposition als Koalition. Seitdem hat sich sehr viel verändert. Wir haben gelernt, besser zu erklären, was wir tun und warum wir es tun. Wenn wir heute kritische Debatten rund um die GEMA beobachten – die es immer geben wird –, stellen wir fest, dass der Ton sachlicher geworden ist und der Blick auf die GEMA differenzierter. Ja, wir erleben es sogar, dass in den Kommentarspalten für uns argumentiert wird, ohne dass wir uns aktiv darum kümmern müssen. Es macht mich stolz, ein Teil dieser Entwicklung zu sein.

Eine Konstante in dieser Zeit war die *virtuos*, die von Anfang an ein Herzensprojekt war. In rund 50 Ausgaben, die ich als

Chefredakteurin redaktionell verantworten durfte, haben wir euch und Ihnen die Themen der GEMA nahegebracht, aber auch viele Mitglieder haben ihre Geschichte erzählt. In Zeiten, in denen wir – Hand aufs Herz – viele Printprodukte direkt vom Briefkasten in den Papiermüll wandern lassen, war und bin ich überzeugt, dass es sich lohnt, dieses Heft zu machen. Die Rückmeldung von euch und Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, stützen diese Überzeugung.

Aber: Die Musikbranche verändert sich und mit ihr die GEMA – auch die *virtuos*. Für 2025 arbeiten wir im Redaktionsteam bereits an etwas Neuem, lasst euch überraschen!

Für mich ist nun der Zeitpunkt gekommen, mich zu verändern. Ab Januar 2025 freue ich mich nach vielen intensiven Berufsjahren auf Zeit mit meiner Familie, bevor ich dann gespannt bin, welcher nächste berufliche Schritt auf mich wartet. Was ich jetzt schon weiß: Es wird sehr schwer werden, eine Aufgabe zu finden, die ich mit so viel Überzeugung und Leidenschaft erfüllen kann wie meine Rolle bei der GEMA.

Zum Abschied danke ich allen Leserinnen und Lesern der *virtuos* für ihre Treue. Bleibt der GEMA verbunden! Bringt euch ein, macht den Verein besser, kritisiert, wo es notwendig ist. Erzählt weiter, was die GEMA tut und warum sie es tut. Ihr, die Mitglieder, macht den Verein zu dem, was er ist. Für diese Solidargemeinschaft „kommunizieren“ zu dürfen, war und ist mir zu jeder Zeit eine Freude gewesen.

Eure/Ihre

*Ursula Goebel*

**Ursula Goebel**  
Chefredakteurin

Foto: Sebastian Linder

# Save the Date

DEUTSCHER  
MUSIKAUTOR\*INNEN  
PREIS



**VERLEIHUNG DES  
16. DEUTSCHEN MUSIKAUTOR\*INNENPREISES  
AM 27.02.2025  
IM BERLINER THE RITZ-CARLTON  
Informationen unter [www.musikautorinnenpreis.de](http://www.musikautorinnenpreis.de)**

# 2025

Wir arbeiten für 2025 an etwas großem Neuen in der **virtuos**-Welt und werden das Format stärker in den digitalen Raum verlegen.

**Lassen Sie sich überraschen!**



Kein Zugang zum Onlineportal? Hier registrieren:  
[www.gema.de/mitglied-registrierung-portal](http://www.gema.de/mitglied-registrierung-portal)