

---

# Inhalt

Über dieses Buch. . . . .	12
Über die Autoren . . . . .	13
Vorwort zur 13. Auflage . . . . .	15
<b>1. Eine kurze Geschichte der Musikindustrie . . . . .</b>	<b>16</b>
1.1 Es war einmal . . . . .	16
1.2 Die Ära des Rundfunks . . . . .	19
1.3 Die Nachkriegszeit . . . . .	21
1.4 Die 60er und 70er Jahre . . . . .	22
1.5 Die 80er und 90er Jahre . . . . .	23
1.6 Das neue Jahrtausend und die digitale Revolution. . . . .	25
<b>2 Die Akteure – „Who is Who“ . . . . .</b>	<b>31</b>
2.1 Der Produzent. . . . .	31
2.2 Die Plattenfirma / das Label . . . . .	32
2.3 Der Vertrieb. . . . .	33
2.4 Der Digitalvertrieb. . . . .	34
2.5 Der Tonträgerhandel (on- und offline) . . . . .	34
2.6 Der Musikverlag . . . . .	35
2.7 Der Veranstalter . . . . .	36
2.8 Die Booking-Agentur. . . . .	36
2.9 Der freie Promoter . . . . .	37
2.10 Der Manager. . . . .	37
2.11 TV-Sender. . . . .	38
2.12 Merchandiser . . . . .	39

## Inhalt

2.13	Die GEMA . . . . .	39
2.14	Die GVL . . . . .	40
2.15	Die Künstlersozialkasse (KSK) . . . . .	40
<b>3</b>	<b>Der Produzent . . . . .</b>	<b>41</b>
3.1	Aufgaben und Bedeutung von . . . . . Produzenten . . . . .	41 41
3.2	Der wirtschaftliche und der künstlerische Produzent	42
3.3	Verträge mit wirtschaftlichen Produzenten . . . . .	43
3.4	Künstlerentwicklungsverträge/Optionsverträge . . . . .	46
3.5	Verträge mit künstlerischen Produzenten/ Auftragsproduzenten. . . . .	47
<b>4</b>	<b>Die Plattenfirma . . . . .</b>	<b>48</b>
4.1	Aufgaben von Plattenfirmen früher und heute . . . . .	48
4.2	Die A&R-Abteilung . . . . .	49
4.3	Die Marketing-Abteilung . . . . .	51
4.4	Die Promotion-Abteilung . . . . .	54
4.5	Der Vertrieb – physisch und digital . . . . .	56
4.6	Der „Plattenvertrag“ – ein Beispiel . . . . .	61

<b>5</b>	<b>Der Musikverlag</b> .....	<b>74</b>
5.1	Warum Musikverlag? .....	74
5.2	Aufgaben von Musikverlagen früher und heute . . . .	76
5.3	Internationale Verlagstätigkeit .....	84
5.4	Die wichtigsten Regelungen in Musikverlagsverträgen	87
<b>6</b>	<b>Das Management</b> .....	<b>93</b>
6.1	Die „Ausbildung“ zum Manager .....	94
6.2	Die Aufgaben des Managers .....	95
6.3	Was darf der Manager vom Musiker erwarten? . . . .	98
6.4	Was darf der Musiker vom Manager erwarten? . . . .	102
<b>7</b>	<b>Verwertungsgesellschaften</b> .....	<b>106</b>
7.1	Gema .....	106
7.2	GVL – mitspielen und kassieren .....	125
<b>8</b>	<b>Das Live-Geschäft.</b> .....	<b>131</b>
8.1	Da ist Musik drin! .....	131
8.2	Die ersten Schritte .....	132
8.3	Die Booking-Agentur. ....	138

<b>9</b>	<b>Das Internet-Geschäft</b> .....	<b>139</b>
9.1	Die Krise der Tonträgerwirtschaft: Alles umsonst? .....	139
9.2	Pirateriebekämpfung – mit dem Staatsanwalt gegen Musikfans? .....	140
9.3	Going online – alternative Vertriebsmodelle .....	141
9.4	Facebook, Instagram, YouTube und Konsorten – aktuelle Promotionkanäle .....	142
9.5	Musikvertrieb im Internet .....	145
9.6	Streaming und die Cloud – Musik aus dem Wasserhahn .....	148
9.7	Interview mit Torsten Mewes, Head of Artist & Label Services bei Believe Distribution Services .....	155
<b>10</b>	<b>Voraussetzungen des Erfolgs</b> .....	<b>165</b>
10.1	Talent oder Kontakte? .....	165
10.2	Der Wert von Kontakten .....	167
10.3	Wie wichtig ist das Image? .....	169
10.4	Der Wert der Kontinuität .....	171
10.5	Die Kunst des Verhandeln .....	172
<b>11</b>	<b>Das Konzert</b> .....	<b>179</b>
11.1	Die Planung und Durchführung einer Veranstaltung aus Veranstaltersicht .....	179
11.2	Die Planung und Durchführung einer Veranstaltung aus Sicht der Künstler .....	184

<b>12</b>	<b>Die Promotion</b> .....	<b>193</b>
12.1	Werbung/Werbekooperationen .....	192
12.2	Print-Promotion .....	193
12.3	TV-Promotion .....	193
12.4	Online-Promotion .....	194
12.5	Radio-Promotion .....	196
12.6	Merchandising .....	199
12.7	Werbekooperationen: Endorsement/Sponsorship/ Testimonialwerbung .....	207
12.8	Tipps, wie man an Endorsement-Verträge kommt ..	208
<b>13</b>	<b>Die wirtschaftliche und rechtliche Struktur der Band</b> .....	<b>210</b>
13.1	Die Band als GbR .....	210
13.2	Die Band als GmbH oder haftungsbeschränkte Unternehmergesellschaft (UG) .....	219
13.3	Namens- und Markenschutz für Bands und Künstler	220
<b>14</b>	<b>Die Künstlersozialversicherung</b> .....	<b>225</b>
14.1	Der Künstler und die KSK .....	226
14.2	Die Künstlersozialabgabe .....	231
14.3	Die Höhe der Künstlersozialabgabe .....	232
14.4	Aktuelle Entwicklungen im Künstlersozialversicherungsrecht .....	233

<b>15</b>	<b>Der Musiker und die Steuern</b> . . . . .	<b>235</b>
15.1	Die ersten Schritte ins Steuerrecht . . . . .	236
15.2	Die Einkommensteuer . . . . .	237
15.3	Die Gewerbesteuer . . . . .	243
15.4	Die Umsatzsteuer (USt) . . . . .	243
15.4.1	Die Regelbesteuerung (der Regelunternehmer) . . . . .	245
15.4.1.1	Vorsteuerabzug . . . . .	246
15.4.1.2	Umsatzsteuerbefreiungen . . . . .	246
15.4.1.3	Der Umsatzsteuersatz . . . . .	249
15.4.1.4	Umsatzsteuervorauszahlung (Umsatzsteuervoranmeldung) . . . . .	250
15.4.2	Der Kleinunternehmer . . . . .	251
15.4.3	Eine richtige Rechnung schreiben und erhalten. . . . .	254
15.5	Die Jahressteuererklärungen, die Einnahme-/ Überschussrechnung und deren Abgabefristen . . . . .	255
15.6	Das Finale . . . . .	257
<b>16</b>	<b>Das Urheberrecht für Musiker</b> . . . . .	<b>258</b>
16.1	Urheber und Leistungsschutzberechtigte . . . . .	258
16.2	Urheber und Werk . . . . .	259
16.3	Die Rechte des Urhebers . . . . .	264
16.4	Die Rechte des Leistungsschutzberechtigten . . . . .	267
16.5	Grundsätze der Vertragsgestaltung im Urheberrecht . . . . .	270
16.6	Rechtsverletzungen . . . . .	273
16.7	Creative Commons . . . . .	277

<b>17</b>	<b>Grundlagen des Vertragsrechts für Musiker . . .</b>	<b>281</b>
17.1	Das Zustandekommen von Verträgen . . . . .	282
17.2	Vertragspflichten und Vertragsstörungen . . . . .	291
<b>18</b>	<b>Verträge. . . . .</b>	<b>295</b>
18.1	Verträge zwischen Künstlern und Plattenfirmen. . . . .	295
18.1 a)	Der Künstlerexklusivvertrag . . . . .	295
18.1 b)	Der exklusive Bandübernahmevertrag . . . . .	325
18.1 c)	Die Künstlerquittung. . . . .	360
18.2	Verlagsverträge. . . . .	362
18.2 a)	Einzeltitle-Autorenvertrag. . . . .	362
18.2 b)	Der Autorenexklusivvertrag . . . . .	374
18.3	Der Managementvertrag . . . . .	379
18.4	Verträge im Live-Business. . . . .	395
18.4 a)	Der Konzertvertrag . . . . .	395
18.4 b)	Der Bookingagentur-Vertrag. . . . .	403
18.5	Vertriebsverträge . . . . .	413
18.5 a)	Herstellungs- und Vertriebsvertrag . . . . .	413
18.5 b)	Der Online-Vertriebsvertrag . . . . .	426
18.6	Verträge mit Verwertungsgesellschaften . . . . .	432
18.6 a)	GEMA-Berechtigungsvertrag . . . . .	432
18.6 b)	GVL-Wahrnehmungsvertrag . . . . .	450