

# Studie über die Position und Rolle von Urheberinnen und Urhebern im europäischen Musikstreaming-Markt

September 2022

Erstellt von:



In Auftrag gegeben von:



## Key Points

### 1. Der Musikstreaming-Markt heute



#### Streaming ist die dominierende Art der Musiknutzung...

Musikstreaming ist heute die beliebteste Form des Musikgenusses und sein Wachstum stellt eine große Chance für Musikkünstlerinnen und -künstler dar.

Seit ihrer Einführung im Jahr 2006 haben die Musikstreaming-Dienste ihr Angebot stetig erweitert. Einige sind als eigenständiger Dienst verfügbar, andere als integraler Bestandteil größerer Plattformen. Alle Dienste bieten einen enorm umfangreichen Musikkatalog, auf den jederzeit, von überall und über beliebige Geräte zugegriffen werden kann.

Dieser einfache und benutzerfreundliche Zugang zu einem riesigen Musikkatalog verdankt sich auch den Verwertungsgesellschaften. Sie sind natürliche Partner der Streaming-Dienste und haben diese dabei unterstützt, ihr Geschäftsmodell aufzubauen und zu erweitern.



#### ...generiert aber immer noch inakzeptabel niedrige Einnahmen für die Urheberinnen und Urheber

Trotz der Verbesserungen bei Qualität und Umfang des Angebots sowie der ständig wachsenden Nutzerbasis von Streaming-Diensten ist die Vergütung der Urheberinnen und Urheber nach wie vor unannehmbar niedrig. Der Wert ihrer kreativen Leistungen findet keine ausreichende Anerkennung.

Dies gibt den Urheberinnen und Urhebern sowie ihren Musikverlagen weltweit Anlass zu ernster Sorge. Die Nachhaltigkeit des Marktes und die kulturelle Vielfalt sind in Gefahr.

Alle Beteiligten der Wertschöpfungskette müssen ihren Teil dazu beitragen, dass Streaming zu einem zukunftsfähigen Wirtschaftszweig für die gesamte Musikbranche werden kann.

Gezielte politische Maßnahmen auf EU-Ebene könnten bei einigen Herausforderungen hilfreich sein.

### Warum eine GESAC-Studie?

Die Debatte über Fairness im stetig wachsenden Musikstreaming-Markt gewinnt weltweit an Fahrt, wobei der Schwerpunkt bisher vor allem auf der Aufteilung der Einnahmen zwischen Labels und ausübenden Künstlern oder auf den Verteilungsmodellen der Dienste (z.B. "user-centric" oder andere Ansätze) liegt.

GESAC hat diese Studie in Auftrag gegeben, um den Markt umfassend zu untersuchen, einschließlich der Frage, wie die Einnahmen für alle Beteiligten erhöht werden können. Darüber hinaus sollen die Bedürfnisse und Erwartungen der Urheberinnen und Urheber beleuchtet werden, die hinter den Songs stehen, die die Streamingwirtschaft antreiben.





# Musikstreaming in Zahlen

## Dominierende Form der Musiknutzung:

**68%**

der gesamten Musiknutzung [1]

**78%**

der Verbraucher geben an, dass sie Musikstreaming-Dienste nutzen [2]

**524 Mio.**

Nutzer von abonnementbasierten Musikstreaming-Diensten weltweit [3]

## Expandierendes Angebot:



Enormes Wachstum des Angebots – auf Musikstreaming-Diensten sind heute über 70 Millionen Titel abrufbar. [4]

**8 Mio.**

Es gibt etwa acht Millionen Künstlerinnen und Künstler auf Spotify [5]. Auf dem Markt ist auch eine wachsende Zahl von Songwriterinnen und Songwritern zu verzeichnen, die mit ihren Werken zum finanziellen Erfolg der Streaming-Dienste beitragen. [6]



Steigende Qualität, größeres Angebot, besserer Sound, mehr Benutzerfreundlichkeit, höhere Konnektivität, Interoperabilität und neue Funktionen.

## Aber der Wert kreativer Inhalte geht verloren:

**9,99**

Der im Jahr 2006 festgelegte Abo-Preis von 9,99 (in Euro, US-Dollar oder britischen Pfund) wurde nie angehoben.



Der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer (engl. ARPU, Average Revenue Per User) ist in den letzten 15 Jahren stetig gesunken.



Streaming-Dienste bieten sehr umfangreiche kostenlose (werbefinanzierte) Versionen an, die für viele Verbraucher die erste Wahl bleiben. Diese kostenlosen Versionen generieren weit weniger Einnahmen als kostenpflichtige Abonnements (etwa zehnmal weniger).

[1] IFPI Engaging with Music Report 2021  
[2] IFPI Engaging with Music Report 2021

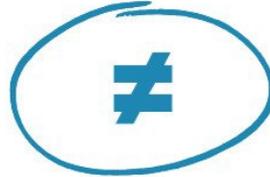
[3] Zahlen für Q2 2021, veröffentlicht von MIDIA  
[4] "Malbeconomics" \_Artikel von Will Page

[5] Nach den Zahlen von Spotify für 2022  
[6] Music Week

## Strukturelle Probleme bei Fairness und Vielfalt:

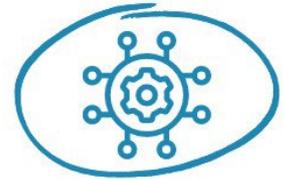


93% der Spotify-Künstlerinnen und Künstler haben weniger als 1000 monatliche Hörer [7]



Systemische Probleme:

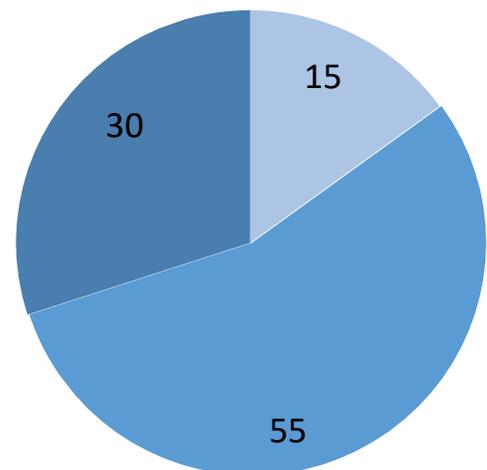
- Ghost Writers / Fake Artists
- Streaming-Betrug
- Payola-Systeme und andere Zwangspraktiken



Die fehlende Transparenz bei den von Streaming-Diensten angewandten Algorithmen beeinträchtigt die Auffindbarkeit von Musik und damit die kulturelle Vielfalt.

## Derzeitige Aufteilung der Einnahmen:

Nach der aktuellen Aufteilung des digitalen „Kuchens“ verbleiben 30/34 % des von den Abonnenten gezahlten Nettopreises beim Streamingdienst, von den verbleibenden 70 % gehen 55 % an die Labels und Interpret/innen, 15% an die Urheber/innen und Musikverlage [8]



Urheber/innen, Verlage

Labels, Interpret/innen

Streaming-Dienste

[7] Nach den Zahlen von Spotify aus dem Jahr 2022

[8] DCMS Committee Report, UK Parliament, 2021

## 2. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie

Wie die Studie zeigt, gibt es mehrere Gründe, warum der Musikstreaming-Markt derzeit kein nennenswertes Wachstum für Musikschafter generiert. Sie lassen sich in drei primären Problemfeldern zusammenfassen, die angegangen werden müssen, um ein Ökosystem zu schaffen, das den Kreativen besser gerecht wird:



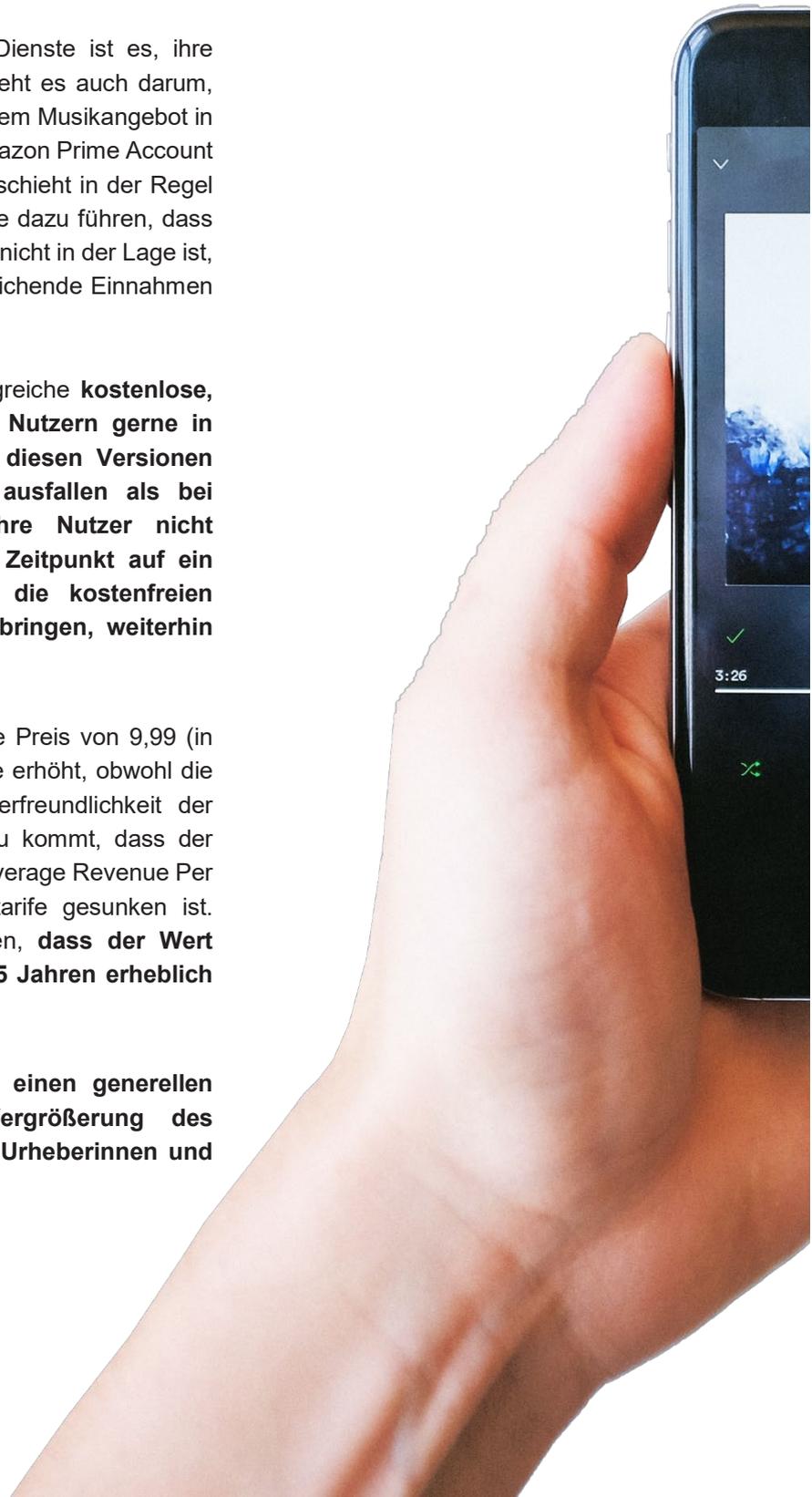
### Asymmetrie zwischen den Interessen der Streaming-Dienste und den Zielen der Urheberinnen und Urheber

Das vorrangige Anliegen der meisten Streaming-Dienste ist es, ihre Nutzerbasis zu vergrößern. In bestimmten Fällen geht es auch darum, andere Dienste oder Geräte zu verkaufen, die mit ihrem Musikangebot in Verbindung stehen (z. B. Audiogeräte von Apple, Amazon Prime Account oder Geräte im Bereich Home Assistance). Dies geschieht in der Regel durch geschäftliche Entscheidungen der Dienste, die dazu führen, dass der Streaming-Markt trotz wachsender Nutzerzahlen nicht in der Lage ist, den Wert kreativer Leistungen zu sichern und ausreichende Einnahmen für Urheberinnen und Urheber zu generieren.

Die meisten Streaming-Dienste bieten sehr umfangreiche **kostenlose, werbefinanzierte Versionen an, die von vielen Nutzern gerne in Anspruch genommen werden, obwohl die mit diesen Versionen erzielten Einnahmen etwa zehnmal geringer ausfallen als bei bezahlten Abonnements. Da die Dienste ihre Nutzer nicht hinreichend motivieren, ab einem bestimmten Zeitpunkt auf ein bezahltes Abonnement umzusteigen, werden die kostenfreien Angebote, die nur sehr geringe Einnahmen erbringen, weiterhin stark genutzt.**

Bei den Bezahlabonnements wurde der anfängliche Preis von 9,99 (in Euro, US-Dollar oder britischen Pfund) seit 2006 nie erhöht, obwohl die Qualität, die Anzahl der Songs und die Benutzerfreundlichkeit der Musikstreamingdienste stetig gestiegen sind. Hinzu kommt, dass der durchschnittliche Umsatz pro Nutzer (engl. ARPU, Average Revenue Per User) durch verschiedene Aktions- und Familientarife gesunken ist. Inflationseffekte haben zusätzlich dazu beigetragen, **dass der Wert eines Abonnements pro Nutzer in den letzten 15 Jahren erheblich gesunken ist.**

**Die Entwicklungen im Streaming-Markt haben einen generellen Wertverlust der Musik zur Folge. Die Vergrößerung des „Erlöskuchens“ – eines der Hauptanliegen der Urheberinnen und Urheber – wird dadurch erheblich erschwert.**





## Strukturelle Probleme bei Fairness und Vielfalt im Streaming-Markt

Der derzeitige Musikstreaming-Markt wird von Hits bestimmt und gleicht einem pyramidenartigen System, bei dem eine kleine Anzahl von Songs einen großen Teil der Hörerschaft für sich vereinnahmt. **So entfielen beispielsweise im März 2021 90% der monatlichen Spotify-Streams auf 57.000 Künstler. Nach den Zahlen von 2022 haben 93% der Spotify-Künstler weniger als 1000 monatliche Hörer. Die Verwendung von Algorithmen sowie die durch beliebte Playlists erzeugten Bottlenecks verschärfen dies noch.**

Darüber hinaus verschärfen seit längerem bekannte Schwachstellen im Betrieb von Musikstreaming-Plattformen wie Streaming-Betrug, „Ghost/Fake Artists“, „Payola“-Systeme, „royalty free“-Modelle und andere Zwangspraktiken die Situation für viele professionelle Musikschaaffende. Die große Fülle an verfügbaren Inhalten wird durch die Tatsache überschattet, dass die Dienste keinerlei positiven Vorgaben unterliegen, was die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit eines breiteren Repertoires angeht, insbesondere in Bezug auf europäische Werke.

**Die Studie empfiehlt, die Transparenz bei der Verwendung von Algorithmen zu verbessern und die kulturelle Vielfalt in ihren verschiedenen Ausprägungen und Erscheinungsformen – insbesondere in Bezug auf Musikgenres, Sprachen, lokale Repertoires – durch gezielte politische Maßnahmen auf EU-Ebene zu beobachten und zu fördern.**



## Systembedingtes Ungleichgewicht bei der Verteilung der Einnahmen

Das Wachstum der Musikstreaming-Dienste hat die Musikwirtschaft angekurbelt, was aber bisher in erster Linie der Seite der Musikaufnahmen zugute kam und nicht den Urheberinnen und Urhebern der Songs. Dem kürzlich erschienenen Bericht eines britischen Parlamentsausschusses zufolge weist die Aufteilung der Streaming-Einnahmen derzeit aus unterschiedlichen strukturellen und wirtschaftlichen Gründen eine Schiefelage zugunsten der Inhaber von Rechten an Musikaufnahmen auf.

Die Studie plädiert für eine bessere Aufteilung der durch die Streamingökonomie generierten Wertschöpfung zwischen allen Beteiligten und vertritt die Auffassung, **dass die Urheberinnen und Urheber nach der notwendigen Vergrößerung des gesamten Erlöskuchens sowie der Beseitigung der systemischen Ungleichgewichte und Dysfunktionen in der Funktionsweise von Online-Plattformen stärker vom Erfolg dieses wachsenden Marktes profitieren sollten.**



## 3. Hin zu einem nachhaltigeren und stärker auf die Urheberinnen und Urheber ausgerichteten Streaming-Ökosystem

Nach einer sorgfältigen Analyse der verschiedenen Unzulänglichkeiten des Marktes legt die Studie den Schwerpunkt auf drei vertikale Bereiche, die die Anliegen von Urheberinnen und Urhebern zusammenfassen, und für die jeweils eigene Strategien oder Maßnahmen erforderlich sind, um ein nachhaltigeres und besser funktionierendes Musik-Ökosystem zu erreichen:



### Mehr Anerkennung

An erster Stelle sollten die Dienste urheberfreundlichere Funktionen entwickeln und die Sichtbarkeit von Musikautorinnen und -autoren durch spezielle Tools verbessern. Zugleich könnten die EU-Institutionen den Musiksektor unterstützen, **indem sie Indikatoren und Instrumente für Vielfalt fördern und vorgeben – etwa**

**mit Blick auf die Präsentation, die Auffindbarkeit und die tatsächliche Nutzung von Nischenrepertoires und europäischen Werken auf den Streaming-Diensten.** Dies würde in erster Linie eine größere Transparenz in Bezug auf die von den Diensten genutzten Algorithmen



### Bessere Vergütung

Der Musik-Streaming-Markt ist inzwischen so weit ausgereift, dass die nächsten Schritte in Richtung eines **spürbaren Wachstums für die Kreativen und ihre Partner** getan werden können. Dazu müssen die Einnahmen durch realistischere, marktorientierte Preismodelle und zusätzliche Angebote mit Mehrwert gesteigert werden. Die Urheberinnen und Urheber müssen in die Lage versetzt werden, sich wirksam vor unlauteren Praktiken zu schützen. Bestimmte Best Practices könnten dazu beitragen, dass Urheberinnen und Urheber nicht unter Druck gesetzt werden können, eine geringere oder gar keine Vergütung zu akzeptieren. Es muss sichergestellt werden, dass europäische Regelungen und Standards nicht umgangen werden können.

Streaming-Dienste könnten variable Preismodelle auf der Grundlage ihrer neuen Funktionen festlegen und Maßnahmen ergreifen, um ihre Nutzerbasis stärker für kostenpflichtige Abonnementmodelle zu motivieren.

Darüber hinaus könnten vertiefende Untersuchungen auf EU-Ebene eingeleitet werden, um die Auswirkungen unterschiedlicher Verteilungsmodelle auf die Vergütung der Musik-schaffenden genauer zu evaluieren.

Sobald der „Kuchen“ der Streaming-Erlöse wächst, sollte sich der Anteil der Einnahmen, der den Urheberinnen, Urhebern und Musikverlagen innerhalb dieses erweiterten Topfes zugewiesen wird, auf andere und fairere Weise weiterentwickeln.

Blick auf die Präsentation, die Auffindbarkeit und die tatsächliche Nutzung von Nischenrepertoires und europäischen Werken auf den Streaming-Diensten. Dies würde in erster Linie eine größere Transparenz in Bezug auf die von den Diensten genutzten Algorithmen erfordern.

Eine bessere Vergütung der Kreativen muss bei allen Maßnahmen zur Herstellung einer fairen Balance auf dem digitalen Markt oberste Priorität haben.



### Bessere Identifikation und Meldung von Nutzungen

Sensibilisierungskampagnen für Songwriterinnen und Songwriter würden es ermöglichen, ein breiteres Bewusstsein für die **Bedeutung von Werkdaten** zu schaffen. Auch die Einbeziehung von Daten-standards wie ISWC in das System der Streaming-Dienste könnte verbessert werden.

Recht bereits vorgeschrieben. Sie müssen von den Mitgliedstaaten korrekt umgesetzt und von der Europäischen Kommission überprüft werden.

**Genauere und transparente Nutzungsmeldungen seitens der Streaming-Dienste und Plattformen** sind nach EU-

**Die EU kann auch eine Rolle** bei der Verbesserung und breiteren Anwendung von Technologien im Bereich des Datenmanagements **spielen**, indem sie Ressourcen für entsprechende Projekte von Verwertungsgesellschaften bereitstellt.

# Für ein Streaming-Ökosystem, das Musikschaffenden besser gerecht wird

## Herausforderungen:

- 1) **Asymmetrie zwischen den Interessen der Dienste und den Zielen der Urheberinnen und Urheber**
- 2) **Strukturelle Fragen der Fairness und der kulturellen Vielfalt**
- 3) **Systembedingtes Ungleichgewicht bei der Verteilung der Einnahmen**

## Lösungsansätze:

### Anerkennung

- Tools für die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit von Urheberinnen und Urhebern
- Gezielte und anklickbare Suchfunktionen
- Gleiche Zugangschancen zum Markt
- Transparenz über die Funktionsweise von Algorithmen
- Monitoring und Unterstützung der kulturellen Vielfalt
- Förderung europäischer Werke

### Vergütung

- „Erlöskuchen“ durch variable Preismodelle vergrößern
- Sicherstellen, dass die Urheber/innen vom wachsenden „Kuchen“ stärker profitieren
- Value Gap beseitigen
- Best Practices gegen:
  - Payola-Systeme
  - Zwangspraktiken & „royalty free“-Modelle
  - Ghost Writers / Fake Artists
  - Streaming-Betrug

### Identifikation

- Daten vom Entstehungszeitpunkt an einbeziehen
- Sensibilisierung von Rechteinhaber/innen für die Bedeutung von Daten
- ISWC mit ISRC verknüpfen
- Verpflichtung zu vollständigen und fehlerfreien Nutzungsmeldungen, insbesondere für UGC-Plattformen
- Namensnennung („creators' credits“) sicherstellen und Urheberpersönlichkeitsrechte gewährleisten



GESAC ist ein Zusammenschluss von 32 Verwertungsgesellschaften aus der Europäischen Union, Island, Norwegen und der Schweiz. In dieser Rolle schützen und fördern wir die Rechte von mehr als einer Million Urheberinnen und Urhebern bzw. Rechteinhaberinnen und Rechteinhabern in den Bereichen Musik, audiovisuelle Werke, bildende Kunst sowie literarische und dramatische Werke.

[www.authorsocieties.eu](http://www.authorsocieties.eu)  
[@authorsocieties](https://twitter.com/authorsocieties)  
[secretariatgeneral@gesac.org](mailto:secretariatgeneral@gesac.org)

Rue Montoyer 23  
1000 Brüssel  
Belgien  
+32 2 511 44 54