



Berufsverband der Auftragskomponisten in Deutschland

Newsletter

Kammergericht Berlin entscheidet gegen die GEMA: Verteilungsplan-Änderung 2003 für Werbemusik war unzulässig Wichtige Auswirkungen für alle Werbekomponisten

Lintig im Januar 2010

Liebe Mitglieder,

viele von Euch erinnern sich bestimmt noch: Seit mehr als 10 Jahren hat es wiederholt Anträge in der GEMA-Mitgliederversammlung gegeben, den Koeffizienten für Werbemusik abzusenken. Das hätte für die Werbekomponisten gravierende Auswirkungen gehabt: eine Reduzierung ihres GEMA-Aufkommens auf ein Drittel. Glücklicherweise konnten diese Anträge jedes Mal innerhalb der Komponistenkurie abgewehrt werden, im Wesentlichen aufgrund der Geschlossenheit der CC-Mitglieder.

Dieses Szenario war 2003 Hintergrund für den sog. "Kompromissantrag" für Werbemusik. Dieser hatte zum Inhalt, dass der Koeffizient 3 für Produktwerbespots erhalten bleiben sollte, jedoch alle "sonstigen" Werbeformen wie z.B. Sponsoring, 0190er Erotik-Spots und Sendereigenwerbungen (diese allerdings inkl. VR-Anteil) auf Koeffizient 1 abgesenkt werden sollten. Hinzu kam noch eine "Kappungsgrenze" bei 5.000 Abrechnungsminuten auf ein Drittel, sowie ab 10.000 Abr.min. auf ein Zehntel.

Dieser Kompromissantrag wurde damals mit großer Mehrheit angenommen, während ein zweiter, parallel gestellter Antrag, der (erneut) eine pauschale Reduzierung sämtlicher Werbemusiken auf ein Drittel zum Inhalt hatte, glücklicherweise mit deutlichem Ergebnis abgelehnt wurde. Wir gingen davon aus, dass die beschlossenen Kürzungen ausgewogen und für alle betroffenen Komponisten zu verkraften wären. Seit 2003 war "Ruhe" hinsichtlich weiterer Bestrebungen, die Vergütung für Werbemusik weiter abzusenken.

Ein von dieser neuen Regelung betroffener Komponist - von zahlreichen 0190er Erotik-Spots - hat jedoch gegen diesen Beschluss geklagt, und zwar mit Erfolg. In zweiter Instanz bekam er Recht, eine Revision wurde abgelehnt. Die Begründung des Gerichts bezog sich unter anderem auf eine "Diskriminierung" durch die Ungleichbehandlung von 0190-Erotik-Spots und anderen Werbespots.

Dieses Urteil hat nun zur Folge, dass die 2003 beschlossene Änderung des GEMA-Verteilungsplans ungültig ist. Aufgrund der Ungleichbehandlung von 0190-Erotik-Spots sind jetzt nicht nur diese, sondern auch alle anderen im Antrag genannten "sonstigen" Werbeformen wieder mit Koeffizient 3 abzurechnen. Nicht betroffen sind die o.g. Kappungsgrenzen, die weiterhin Bestand haben.

Es liegt auf der Hand, dass der Abrechnungs-Koeffizient für Werbemusik bei der diesjährigen GEMA-Mitgliederversammlung ein großes Thema und, in welcher Form auch immer, erneut Inhalt von Anträgen sein wird. Ihr solltet also in Eurem eigenen Interesse bereits jetzt Eure Teilnahme planen.

Wir werden Euch selbstverständlich bzgl. der weiteren Entwicklungen auf dem Laufenden halten.

Euer Vorstand

GEMA-Mitgliederversammlung 28. - 30. Juni in Berlin
Maritim Hotel Berlin
www.maritim.de - Stauffenbergstraße 26, 10785 Berlin, Telefon: 030 2065-0