

# Inhalt

Über dieses Buch .....	11
Über die Autoren .....	12
Vorwort zur 12. Auflage .....	13
<b>1. Eine kurze Geschichte der Musikindustrie .....</b>	<b>15</b>
1.1 Es war einmal .....	15
1.2 Die Ära des Rundfunks .....	18
1.3 Die Nachkriegszeit .....	20
1.4 Die 60er und 70er Jahre .....	21
1.5 Die 80er und 90er Jahre .....	22
1.6 Das neue Jahrtausend und die digitale Revolution .....	24
1.7 Ausblick .....	27
<b>2 Die Akteure im Musikbusiness .....</b>	<b>30</b>
2.1 Der Produzent .....	30
2.2 Die Plattenfirma .....	31
2.3 Der Vertrieb .....	32
2.4 Der Content Aggregator/Digitalvertrieb .....	33
2.5 Der Tonträgerhandel (On- und Offline) .....	33
2.6 Der Musikverlag .....	34
2.7 Der Veranstalter .....	35
2.8 Die Booking-Agentur .....	35
2.9 Der freie Promoter .....	36
2.10 Der Manager .....	36

## Inhalt

2.11	TV-Sender .....	37
2.12	Merchandiser .....	38
2.13	Die GEMA .....	38
2.14	Die GVL .....	39
2.15	Die Künstlersozialkasse (KSK) .....	39
<b>3</b>	<b>Der Produzent .....</b>	<b>40</b>
3.1	Aufgaben und Bedeutung von Produzenten .....	40
3.2	Der wirtschaftliche und der künstlerische Produzent .....	41
3.3	Verträge mit wirtschaftlichen Produzenten .....	42
3.4	Künstlerentwicklungsverträge/ Optionsverträge .....	45
3.5	Verträge mit künstlerischen Produzenten/ Auftragsproduzenten .....	46
<b>4</b>	<b>Die Plattenfirma .....</b>	<b>47</b>
4.1	Aufgaben von Plattenfirmen früher und heute .....	47
4.2	Die A&R-Abteilung .....	48
4.3	Die Marketing-Abteilung .....	50
4.4	Die Promotion-Abteilung .....	53
4.5	Der Vertrieb – physisch und digital .....	55
4.6	Der „Plattenvertrag“ – ein Beispiel .....	60

<b>5</b>	<b>Der Musikverlag</b> .....	<b>74</b>
5.1	Warum Musikverlag? .....	74
5.2	Aufgaben von Musikverlagen früher und heute .....	75
5.3	Internationale Verlagstätigkeit .....	83
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>107</b>
7.1	GEMA – hat Musik einen Wert? .....	107
7.2	GVL – Mitspielen und kassieren .....	126
<b>8</b>	<b>Das Live-Geschäft</b> .....	<b>132</b>
8.1	Da ist Musik drin! .....	132
8.2	Die ersten Schritte .....	133
8.3	Die Booking-Agentur .....	139

<b>9</b>	<b>Das Internet-Geschäft</b> .....	<b>141</b>
9.1	Die Krise der Tonträgerwirtschaft: Alles umsonst? .....	141
9.2	Pirateriebekämpfung – mit dem Staatsanwalt gegen Musikfans? .....	142
9.3	Going online – alternative Vertriebsmodelle, neue Player ....	144
9.4	facebook, Youtube und Konsorten – neue Promotionkanäle .....	145
9.5	Musikvertrieb im Internet .....	148
9.6	Streaming und die Cloud - Musik aus dem Wasserhahn .....	151
<b>10</b>	<b>Voraussetzungen des Erfolgs</b> .....	<b>159</b>
10.1	Talent oder Kontakte? .....	159
10.2	Der Wert von Kontakten .....	161
10.3	Wie wichtig ist das Image? .....	163
10.4	Der Wert der Kontinuität .....	165
10.5	Die Kunst des Verhandeln .....	166
<b>11</b>	<b>Das Konzert</b> .....	<b>173</b>
11.1	Die Planung und Durchführung einer Veranstaltung aus Veranstaltersicht .....	173
11.2	Die Planung und Durchführung einer Veranstaltung aus Sicht der Künstler .....	178
<b>12</b>	<b>Die Promotion</b> .....	<b>184</b>
12.1	Werbung/Werbekooperationen .....	186
12.2	Print-Promotion .....	187

	Inhalt
12.3	TV-Promotion ..... 188
12.4	Online-Promotion ..... 188
12.5	Radio-Promotion ..... 190
12.6	Merchandising ..... 193
12.7	Werbekooperationen: Endorsement/Sponsorships/ Testimonialwerbung ..... 200
12.8	Tipps, wie man an Endorsement-Verträge kommt ..... 201
13	<b>Die wirtschaftliche und rechtliche Struktur der Band</b> ..... 203
13.1	Die Band als GbR ..... 203
13.2	Die Band als GmbH oder haftungsbeschränkte Unternehmersgesellschaft ..... 212
13.3	Namens- und Markenschutz für Bands und Künstler ..... 213
14	<b>Die Künstlersozialversicherung</b> ..... 218
14.1	Der Künstler und die KSK ..... 219
14.2	Die Künstlersozialabgabe ..... 224
14.3	Die Höhe der Künstlersozialabgabe ..... 225
14.4	Aktuelle Entwicklungen im Künstlersozialversicherungsrecht .. 226
15	<b>Der Musiker und die Steuern</b> ..... 227
15.1	Die ersten Schritte ins Finanzamt ..... 227
15.2	Die Einkommensteuer ..... 228
15.3	Die Umsatzsteuer ..... 230
15.4	Die Jahressteuererklärung ..... 234

<b>16</b>	<b>Das Urheberrecht für Musiker</b> .....	<b>236</b>
16.1	Urheber und Leistungsschutzberechtigte .....	236
16.2	Urheber und Werk .....	237
16.3	Die Rechte des Urhebers .....	241
16.4	Die Rechte des Leistungsschutzberechtigten .....	245
16.5	Grundsätze der Vertragsgestaltung im Urheberrecht .....	247
16.6	Rechtsverletzungen .....	250
16.7	Creative Commons .....	254
<b>17</b>	<b>Grundlagen des Vertragsrechts für Musiker</b> .....	<b>258</b>
17.1	Das Zustandekommen von Verträgen .....	259
17.2	Vertragspflichten und Vertragsstörungen .....	268
<b>18</b>	<b>Verträge</b> .....	<b>272</b>
18.1	Verträge zwischen Künstlern und Plattenfirmen .....	272
18.2	Verlagsverträge .....	340
18.3	Der Managementvertrag .....	357
18.4	Verträge im Live-Business .....	374
18.5	Vertriebsverträge .....	392
18.6	Verträge mit Verwertungsgesellschaften .....	411