



## Fair. Transparent. Streaming?

### VUT-Forderungen zum Streaming der Zukunft

Ende Januar 2022. Neil Young lässt seinen kompletten Musikkatalog von Spotify entfernen, da Starpodcaster Joe Rogan in seiner Sendung Unwahrheiten über die Risiken der Corona-Impfung verbreitet. Was wie erwartet zu Diskussionen über Meinungsfreiheit und Regulierung durch die Plattformen führt, ruft aber im Kontext auch Künstler\*innen wie India Arie auf den Plan, die ebenfalls ihre Musik von der Plattform entfernt – wenn auch aus anderen Gründen: *„What I am talking about is RESPECT – who gets it and who doesn't. paying musicians a Fraction of a penny? and HIM [Joe Rogan] \$100m? This shows the type of company they are and the company that they keep. I'm tired.“*<sup>1</sup>

Februar 2022. Deezer erhöht nach zehn Jahren seinen Abopreis von 9,99 Euro auf 10,99 Euro. Spotify ist kurz davor, einen 320 Millionen-Dollar-Sponsoren-Deal mit dem spanischen Traditionsfußballverein Barcelona zu unterschreiben, hat jedoch in der Vergangenheit immer betont, dass es wirtschaftlich unmöglich sei, Urheber\*innen von Musik eine höhere Lizenzgebühr zu bezahlen.<sup>2</sup>

März 2022. Neue Zahlen der RIAA (Recording Industry Association of America) für das Jahr 2021 werden veröffentlicht. Während der Umsatzanteil von Vinyl in den USA in 2021 um 61,02% gestiegen ist, stagniert der Umsatzanteil des Streamings auf 83% des Gesamtvolumens im Recorded-Bereich.<sup>3</sup>

Flashback. Neunziger Jahre: Die Entwicklung des mp3-Formats sorgt für eine grundlegende wirtschaftliche und kulturelle Veränderung der Musikbranche. Piraterie-Plattformen erobern das Internet; Tauschbörsen wie Napster, LimeWire und The Pirate Bay animieren Millionen Nutzer\*innen dazu, Musik kostenlos aus dem Internet herunterzuladen.

Für die Musikbranche war und ist kostenloser digitaler Musikaustausch eine nicht hinnehmbare Praxis, nichtsdestotrotz war damit allen Marktteilnehmer\*innen klar, dass die Zukunft des Musikkonsums im Digitalen liegt. Leider hat die Musikbranche es verpasst, diesen Wendepunkt für sich zu nutzen und ihr Schicksal in die Hände von Technologieunternehmen gelegt, anstatt selbst die digitale Musikvermarktung in die Hand zu nehmen. Heute bestimmen Konzerne wie Spotify, Apple oder Amazon die Regeln des digitalen Musikgeschäftes.<sup>4</sup>

In der 2021er „Studie zur Zukunft der Musiknutzung“<sup>5</sup> in Deutschland geben 22% der Befragten an, keinen physischen Tonträger (mehr) zu besitzen; 32% nutzen einen

---

<sup>1</sup> <https://musically.com/2022/02/02/joe-rogan-row-latest-india-arie-science-vs-liz-pelly/>, aufgerufen 19.02.22

<sup>2</sup> <https://www.musicbusinessworldwide.com/spotify-says-it-cant-pay-songwriters-better-royalty-rates-its-also-spending-320-million-on-a-barcelona-sponsorship-deal/>, aufgerufen 19.02.22

<sup>3</sup> <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2022/03/2021-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf> / <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2021/02/2020-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf>, aufgerufen 15.03.22

<sup>4</sup> <https://www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-q2-2021>, aufgerufen 19.02.22

<sup>5</sup> [http://www.miz.org/downloads/dokumente/1092/2021-09-24\\_detailanalysen-musiknutzung-7-welle-1.pdf](http://www.miz.org/downloads/dokumente/1092/2021-09-24_detailanalysen-musiknutzung-7-welle-1.pdf), aufgerufen 19.02.22



kostenpflichtigen Streamingdienst. Auf dem zweiten Platz hinter Premium Audiostreaming liegt laut „Musikindustrie in Zahlen 2020“<sup>6</sup> mit 24,5% der Nutzung bereits die werbebasierte Variante von YouTube. Im Gegensatz zu Streamingdiensten wie Spotify, Apple Music, Deezer und Co. zahlte YouTube als reiner Provider jedoch jahrelang keine Lizenzen<sup>7</sup>; Künstler\*innen und Urheber\*innen wurden dementsprechend nicht angemessen an den mit ihrer Musik erzielten Gewinnen beteiligt. Der sogenannte „Value Gap“ entstand, da YouTube als sogenannter „Hosting Provider“ im Gegensatz zu „Content Providern“, wie z.B. Spotify, keine Lizenzen zahlen musste.

Um zu illustrieren, wie klein der Gewinn von Künstler\*innen durch Streaming ist, hat der VUT 2019 den „Streaming-Kalkulator“ erstellt. Auf Basis anonymisierter Daten – durchschnittliche Vergütung pro Stream der verschiedenen Plattformen – zeigten wir, wie oft ein Song gestreamt werden muss, damit sich der\*die Künstler\*in davon z. B. eine Currywurst kaufen kann. So war es auch unser Plan für das Jahr 2020.

Doch je mehr Zahlen von den Unternehmen vorlagen, desto verwirrender wurde das Bild: Zwischen den Zahlen pro Plattform zeigten sich teils eklatante Differenzen in der Vergütung pro Stream; teils wurden am gleichen Tag auf der gleichen Plattform zwei oder drei verschiedene Beträge pro Stream für ein und denselben Track abgerechnet. Um Rat gefragte Streamingexpert\*innen konnten lediglich vage andeuten, aus welchen Gründen (Währungsschwankungen, verschiedene sog. „Tiers“ der unterschiedlichen Abonnementmodelle etc.) sich möglicherweise Differenzen ergeben.

### **Wie kann es sein, dass wir Streamingdienste als die Zukunft unserer Branche sehen, es zeitgleich jedoch unmöglich erscheint, eine Abrechnung stringent nachzuvollziehen?**

Die Frage nach Transparenz ist direkt verknüpft mit der Frage nach Fairness. Derzeit rechnen die Streamingdienste die Rechteinhaber „pro rata“ oder nach „Market Centric Payment System“ ab: Der Gesamtpool der Einnahmen wird (verringert um die Gebühr der Plattform) aufgeteilt auf den Anteil, den die einzelnen Künstler\*innen am globalen Streamingaufkommen der Plattform haben. Dementsprechend wird die Abogebühr eines\*einer einzelnen Hörer\*in nicht etwa auf die Künstler\*innen verteilt, die tatsächlich angehört werden, sondern auf den jeweiligen Anteil der Künstler\*innen im gesamten Streaming-Pool. Taylor Swift als meistgehörte Spotify-Künstlerin bekommt also auch einen Anteil der Abogebühren einer Person, die über ihr Spotify-Abo tagein, tagaus nur Crust Punk hört.

Im Koalitionsvertrag der Bundesregierung von 2021 heißt es: „[Wir] wollen die Vergütungssituation für kreative und journalistische Inhalte verbessern, auch in digitalen Märkten.“<sup>8</sup> Der VUT hat sich bereits im Februar 2020 für eine nutzungsbasierte Abrechnung

---

<sup>6</sup>

[https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06\\_Publikationen/MiZ\\_Jahrbuch/2020/BVMI\\_Musikindustrie\\_in\\_Zahlen\\_2020.pdf](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2020/BVMI_Musikindustrie_in_Zahlen_2020.pdf), aufgerufen 19.02.22

<sup>7</sup> YouTube als kostenfreie, werbebasierte Anwendung im Gegensatz zu YouTube Music, das als DSP ebenso Lizenzen erwirbt wie Spotify, Amazon Music und Co.

<sup>8</sup>

<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/974430/1990812/04221173eef9a6720059cc353d759a2b/2021-12-10-koav2021-data.pdf?download=1>, S. 124, aufgerufen 24.02.22

von Streamingeinnahmen ausgesprochen<sup>9</sup>. Im sog. „User Centric Payment-System“ sollen die Streamingeinnahmen nur den Künstler\*innen zugutekommen, die tatsächlich von den Nutzer\*innen gehört werden. Eine aktuelle öffentliche Studie zum Themenkomplex der nutzungsbasierten Abrechnung im Streaming, die das französische *Centre national de la musique*<sup>10</sup> im Januar 2021 vorstellte, kommt zu dem Schluss, dass die Entscheidung für User-Centric oder Pro-Rata mehr eine Frage der kommerziellen Strategie denn des eklatanten monetären Unterschiedes ist. Dieses eher uneindeutige Ergebnis lässt sich auf eine ebenso uneindeutige Grundlage zurückführen: Die Autor\*innen der Studie weisen auf eine „nicht homogene“ Datenlage<sup>11</sup> hin. Während die Plattform Deezer die Daten des ganzen Jahres 2019 zur Auswertung bereitstellte, waren die von Spotify gelieferten Daten auf 100.000 zufällig ausgewählte User\*innen nur in Frankreich und nur aus der ersten Hälfte des Jahres 2019 begrenzt.

**Unvollständige Daten stehen ausgewogenen Studien im Weg, die uns dabei helfen könnten, zu einer belastbaren Einschätzung verschiedener Abrechnungsmodelle im Streaming zu kommen.** Auch hier ist fehlende Transparenz ein Hindernis, das einer Evaluation zur potenziellen Implementierung alternativer (Zahlungs-)Modelle im Weg steht.

Mit unseren „**VUT-Forderungen zum Streaming der Zukunft**“ wollen wir unsere Erkenntnisse in der Diskussion über eine gerechtere Verteilung der Einnahmen und Optimierung des Musik-Streamings – in Anlehnung an den Plan zur Reform des Streamings von Impala<sup>12</sup> – vorstellen und konkrete Argumente aufzeigen, damit wir im Diskurs einen branchenweiten Konsens bilden und auf eine zielorientierte Optimierung des Streaming-Modells hinwirken können.

---

<sup>9</sup> <https://www.vut.de/presse/aktuelles-presse/artikel/details/vut-unterstuetzt-nutzerbasiertes-abrechnungsmodell-fuer-musikstreamingdienste/>, aufgerufen 26.08.2022

<sup>10</sup> [https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/03/1\\_CNМ\\_UCPS\\_Detailed\\_report\\_January2021.pdf](https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/03/1_CNМ_UCPS_Detailed_report_January2021.pdf), aufgerufen 24.02.22

<sup>11</sup> [https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/01/20210121\\_UCPS\\_CNМ\\_Pressrelease.pdf](https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/01/20210121_UCPS_CNМ_Pressrelease.pdf), aufgerufen 24.02.22

<sup>12</sup> <https://www.impalamusic.org/its-time-to-challenge-the-flow/>, aufgerufen 24.02.22

## **VUT-Forderungen zum Streaming der Zukunft**

Unser Forderungen zielen auf eine transparentere und optimierte Streamingökonomie ab.

1. Safe Harbours effektiv beenden – keine neuen Schlupflöcher – folglich die wortgetreue Umsetzung der EU-Urheberrechtsrichtlinie und keine nationalen Sonderwege
2. Künstler\*innen eine faire zeitgemäße digitale Lizenzgebühr bezahlen
3. Keine Reduzierung der Lizenzgebühren im Austausch gegen verbesserte Plays oder privilegierte Behandlung durch Algorithmen oder anderen Funktionen, die Elemente von Payola neu herstellen
4. Reform zur Verteilung der Streaming-Einnahmen: Die verschiedenen Dienste sollten die folgenden Aspekte zur Differenzierung der Vergütung umsetzen:
  - Einführung eines (noch genauer zu definierendem) nutzerbasierten Abrechnungsmodells
  - Diskriminierung längerer Songtitel abschaffen, indem beispielsweise eine Rate für eine gewisse Anzahl an Sekunden eines Songs festgelegt wird und weitere Zahlungen in Intervallen von weiteren Sekunden ausgelöst werden
  - Aktives Engagement-Modell: Künstler\*innen ermutigen, das aktive Fan-Engagement zu fördern, indem sie Titel besser vergüten, welche die Hörer\*innen nach Künstler\*innennamen, Titel- oder Albumnamen gesucht oder erreicht haben oder z. B. wenn ein Album gespeichert, „gemocht“ oder vorbestellt wurde
  - Abschaffung der 30-sekündigen „Skip and Save-Rate“: Kein Schwellenwert für einen Song, um Einnahmen aus dem Streaming zu generieren
5. Mehr Sorg- und Wachsamkeit der Musikdienste bei rechtswidrigen Aktivitäten, einschließlich Streaming-Manipulation, Werbeblocker- und Stream-Ripping-Software
6. Die Suche nach Labels / Interpret\*innen / Produzent\*innen / Komponist\*innen / Musiker\*innen / Autor\*innen / Verlagen ausbauen
7. Lokales Repertoire und lokale Sprachen fördern: Playlisten und andere Funktionen besser auf die lokalen Märkte anpassen sowie Übersetzungen von Tracktiteln in verschiedenen Sprachen verfügbar machen (Beispiel: chinesische Schriftzeichen oder Hindi muss auch in Englisch übersetzt werden)
8. Mit einem breiten Spektrum von Labels in allen Märkten zusammenarbeiten (z. B. über Merlin für Independent-Labels), um sicherzustellen, dass die Entwicklung von redaktionellen Algorithmen die Vielfalt, das lokale Repertoire und die Möglichkeiten zur Entdeckung von Künstler\*innen nicht negativ beeinflussen
9. Mit dem Recorded-Musiksektor zusammenarbeiten, um den CO2-Fußabdruck digitaler Musik zu bewerten und zu reduzieren

## **Anhang zu VUT-Forderungen zum Streaming der Zukunft**

### **Bestandsaufnahme Musikstreaming**

#### **Inhalt**

1. Rechtsrahmen .....	5
2. Musikindustrie in Deutschland in 2021 .....	5
3. Wie funktioniert ein Musikstreaming-Dienst? .....	7
4. Plattformen.....	8
4.1 Spotify .....	8
4.2 Amazon Music Unlimited .....	14
4.3 Apple Music.....	16
4.4 YouTube Music .....	18
4.5 Tidal .....	19
4.6 Deezer .....	20
4.7 Napster .....	21
4.8 SoundCloud .....	21
4.9 Idagio .....	22
4.10 Weitere Musik-Streaming-Dienste .....	23
5. Abrechnungsmodelle.....	24

## **1. Rechtsrahmen**

Wenn wir eine LP, CD oder einen Song kaufen, legal downloaden oder legal streamen, dann erwerben wir das Recht zur privaten Nutzung, aber der Inhalt gehört uns nicht.

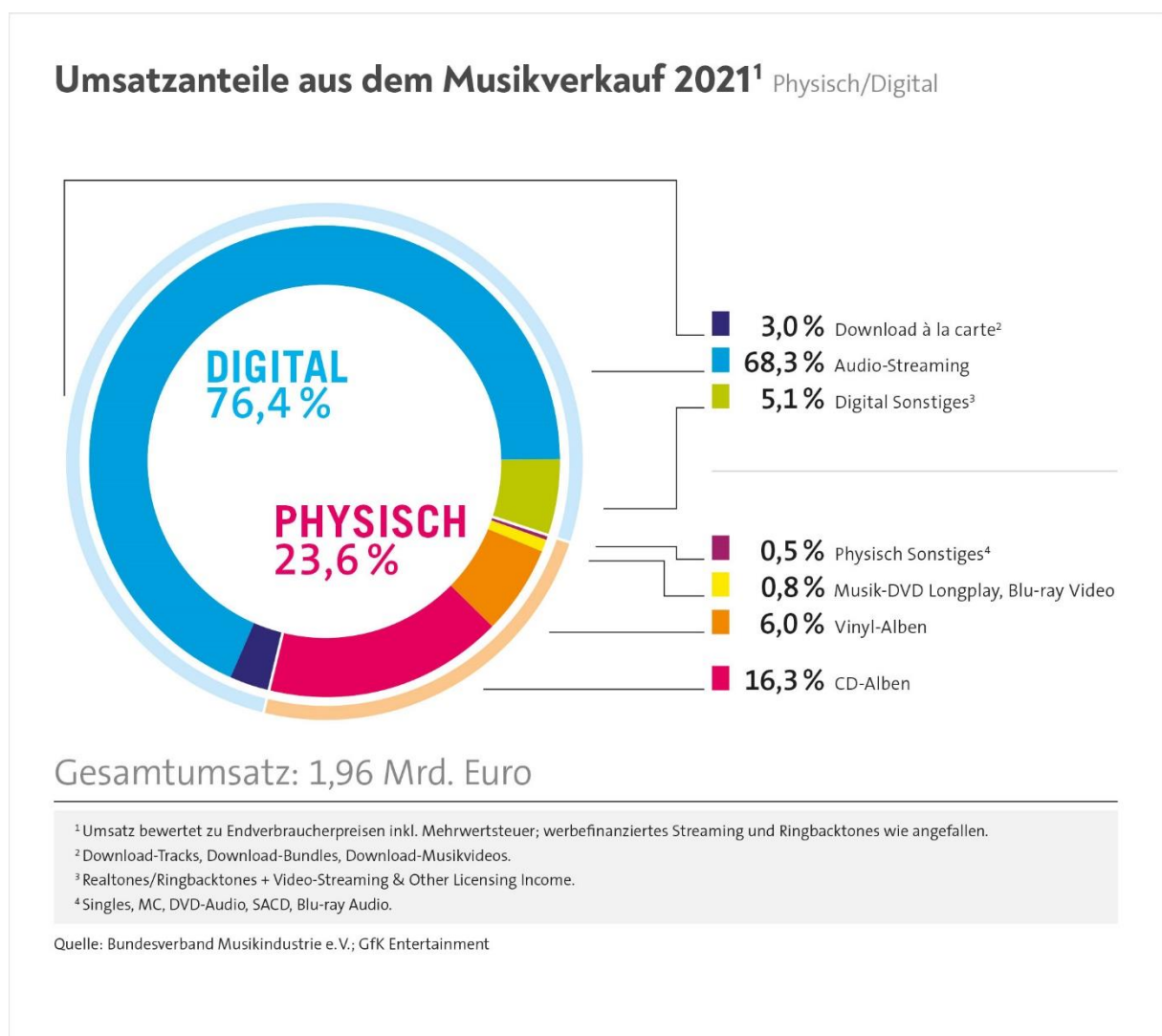
## **2. Musikindustrie in Deutschland in 2021**

Tonträgerverkäufe und Erlöse aus dem Streaming-Geschäft generierten in Deutschland im Jahre 2021 1,96 Milliarden Euro. Damit sind die Umsätze der deutschen Musikindustrie im Vergleich zum Vorjahr weitergewachsen. Der bei Weitem größte Teil wurde dabei digital erwirtschaftet: 76,4 Prozent der Einnahmen stammen aus der Online-Musiknutzung. Damit steuert die Branche nun auch in Deutschland auf einen Digitalanteil von bald vier Fünftel zu, insbesondere in den skandinavischen Ländern ist dies längst Realität.

Das seit Jahren wachsende Audio-Streaming legte mit einem Plus von 18,6 Prozent erneut deutlich zu. Die Wachstumskurve ist gegenüber dem Vorjahr zwar etwas flacher ausgefallen (2020: +24,6%), doch konnte diese Form der Musiknutzung aus der Cloud ihren Anteil am

Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr auf 68,3 Prozent ausbauen (2020: 63,4%). Die CD bleibt auf Platz zwei mit einem Umsatzanteil von 16,3 Prozent, das bedeutet einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr mit 16,7 Prozent.

Auf Platz 3 im Format-Ranking befindet sich erneut Vinyl. Dank eines Umsatzzuwachses von 20,1 Prozent kommt die Schallplatte im Zeitalter des Audio-Streaming auf einen Gesamtmarkt-Anteil von respektablen 6 Prozent. Nicht zuletzt dadurch bleibt der Beitrag des physischen Marktes zum Umsatz trotz eines Minus<sup>1</sup> von 9,1 Prozent mit 23,6 Prozent nach wie vor recht stabil. Downloads stehen noch für 3 Prozent der Einnahmen.<sup>13</sup>



Grafische Darstellung: BVMI (Link:

[https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05\\_Presse/02\\_Fotos\\_News/2022/Jahreszahlen\\_2021/02\\_Umsatzanteile-aus-dem-Musikverkauf-Physisch-Digital.jpg](https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/05_Presse/02_Fotos_News/2022/Jahreszahlen_2021/02_Umsatzanteile-aus-dem-Musikverkauf-Physisch-Digital.jpg))

<sup>13</sup> Bundesverband Musikindustrie: Musikgeschäft in Deutschland bald zu vier Fünfteln digital (Pressemitteilung vom 3.3.2022, Link: <https://www.musikindustrie.de/presse/presseinformationen/musikgeschaeft-in-deutschland-bald-zu-vier-fuenfteln-digital>)



### 3. Wie funktioniert ein Musikstreaming-Dienst?

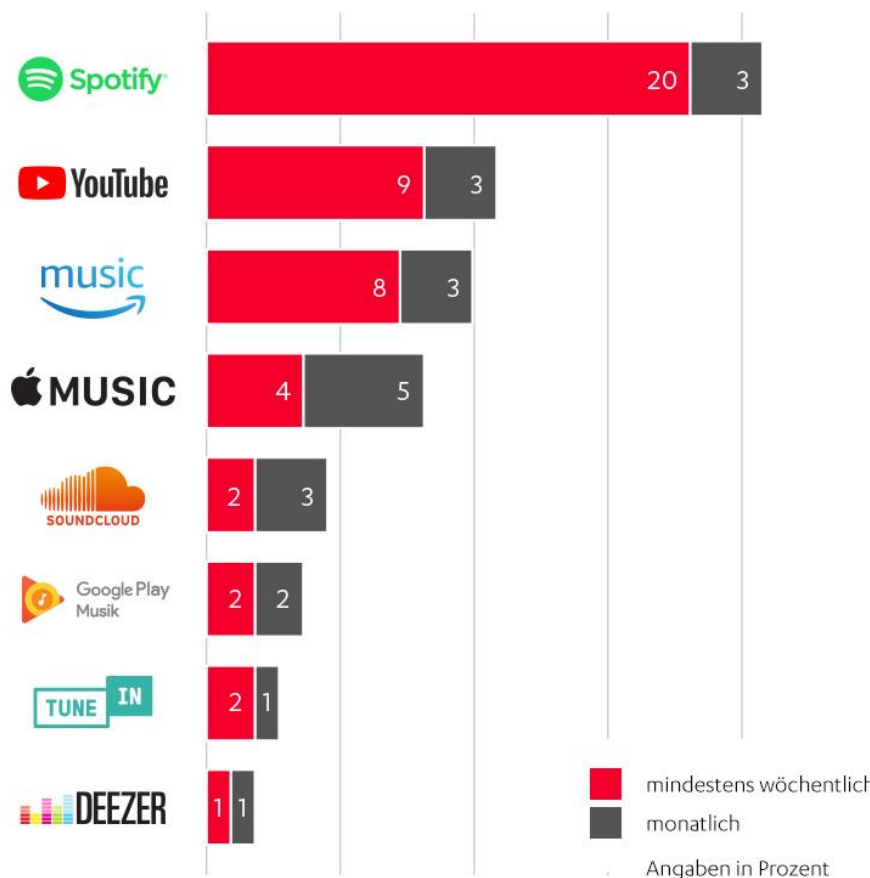
**Auf den Streaming-Plattformen zahlen alle Hörer\*innen grundsätzlich denselben monatlichen Betrag, unabhängig davon, wieviel Musik sie hören.** Das ist ein Merkmal des Angebots und per se kein Problem.

Der Anbieter eines Musikstreaming-Dienstes schließt Lizenzverträge mit den Rechteinhaber\*innen ab. **In der Regel verbleiben 30% der Einnahmen bei den Diensten.**

Die Songs werden dann auf den Servern des Anbieters zum Abruf bereitgestellt. Dies erfolgt meist in komprimierter Form. Nutzer\*innen benötigen eine Dienste-App und ein Nutzer\*innenkonto, über welches sie die Songs vom Server des Anbieters abrufen können. Apps stehen in der Regel für mobile Endgeräte und Desktop bereit. Dort muss der\*die Nutzer\*in auch die Einstellungen für den Abruf über einen WLAN-Lautsprecher vornehmen. Dabei handelt es sich meist um intelligente Smart Home Lautsprecher wie Alexa, Echo, Google Nest Home oder Sonos. Die Titilverwaltung für Playlists und Co. erfolgt ebenfalls in der Anbieter-App.

## 4. Plattformen

Auch wenn Spotify – gemessen an den zahlenden Abonnent\*innen – Marktführer unter den Musik-Streaming-Diensten in Deutschland ist, gibt es zahlreiche weitere Anbieter. Im Folgenden werden die gängigsten Plattformen bezüglich ihres Angebots verglichen und weitere wissenswerte Kennzahlen, wie z. B. die Besitzverhältnisse, erläutert. Insbesondere Nutzer\*innenzahlen verändern sich selbstverständlich, zahlreiche der folgenden Angaben stammen aus dem Teufel Blog<sup>14</sup> im August 2022.



Grafische Darstellung: Anteil der Befragten, die folgende Musik-Streaming-Anbieter nutzen, in Deutschland im Jahr 2019, Link: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/922250/umfrage/nutzung-von-musik-streaming-nach-anbietern-in-deutschland/>

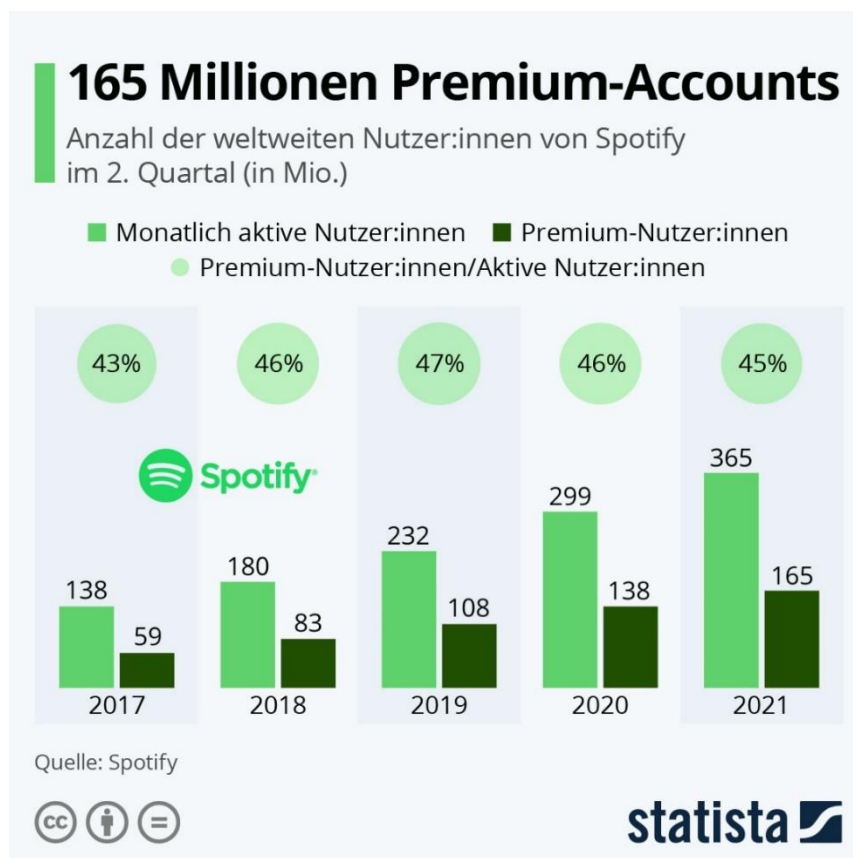
### 4.1 Spotify

Spotify ist Musikstreaming-Marktführer und somit der bekannteste Anbieter. Der Dienst ist ursprünglich in Schweden beheimatet.

<sup>14</sup> <https://blog.teufel.de/musik-streaming-dienste-vergleich>

Mittlerweile verzeichnet Spotify rund 356 Millionen monatlich aktive Nutzer\*innen (Stand: April 2021) in über 90 Ländern. Im Juli 2021 hatte Spotify 165 Millionen Premium-Nutzer\*innen. Damit beläuft sich das Verhältnis von zahlenden Kund\*innen zur Gesamtnutzer\*innenschaft auf 45 Prozent.<sup>15</sup>

Für Musiker\*innen wäre es besser, wenn der Anteil hier höher wäre. Denn mehr zahlende Kund\*innen bedeuten auch, dass mehr Geld im Topf ist und verteilt werden könnte. Der Umsatz des Streaming-Dienstes stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 28% auf 2,3 Milliarden Euro – davon entfallen rund zwei Milliarden auf Premium-Accounts. Übrig bleibt davon unterm Strich aber nichts. Das Jahr 2020 schloss der Dienst insgesamt mit einem Minus von 581 Millionen Euro ab. Hierfür verantwortlich waren nicht zuletzt Zukäufe im Podcast-Bereich und kostspielige Exklusiv-Vereinbarungen mit prominenten Podcast-Hosts.



Grafische Darstellung: <https://de.statista.com/infografik/13769/monatlich-aktive-nutzer-und-zahlende-abonnenten-von-spotify-weltweit/>

## Spotify im Überblick

Songs	Rund 70 Millionen
-------	-------------------

<sup>15</sup> <https://blog.teufel.de/musik-streaming-dienste-vergleich/>

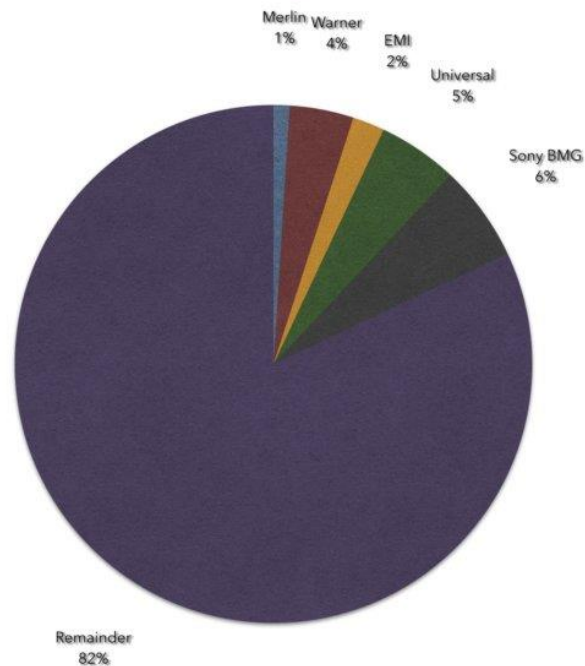
<b>Versionen</b>	Neben der kostenlosen eine zahlungspflichtige Premium-Version
<b>Probe-Abonnement</b>	Premium kann 1 Monat lang kostenlos getestet werden
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spotify Free: Kostenlos (werbefinanziert)</li> <li>• Spotify Premium Individual: 9,99 Euro</li> <li>• Spotify Student: 4,99 Euro</li> <li>• Spotify Duo (2 Konten): 12,99 Euro</li> <li>• Spotify Family (bis zu 6 Personen): 14,99 Euro</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	Songs, Playlists, personalisierte Empfehlung, Release-Radar, Spotify Radio, Hörbücher, Podcasts
<b>Besonderheiten</b>	Mit dem Feature Spotify Group Session können mehrere Personen eine Playlist zusammenstellen und hören in Echtzeit dieselben Songs

### Weitere Kennzahlen zu Spotify

#### Besitzverhältnisse

Wem gehört eigentlich Spotify? So war die Ausgangslage beim Start des Dienstes in 2008:

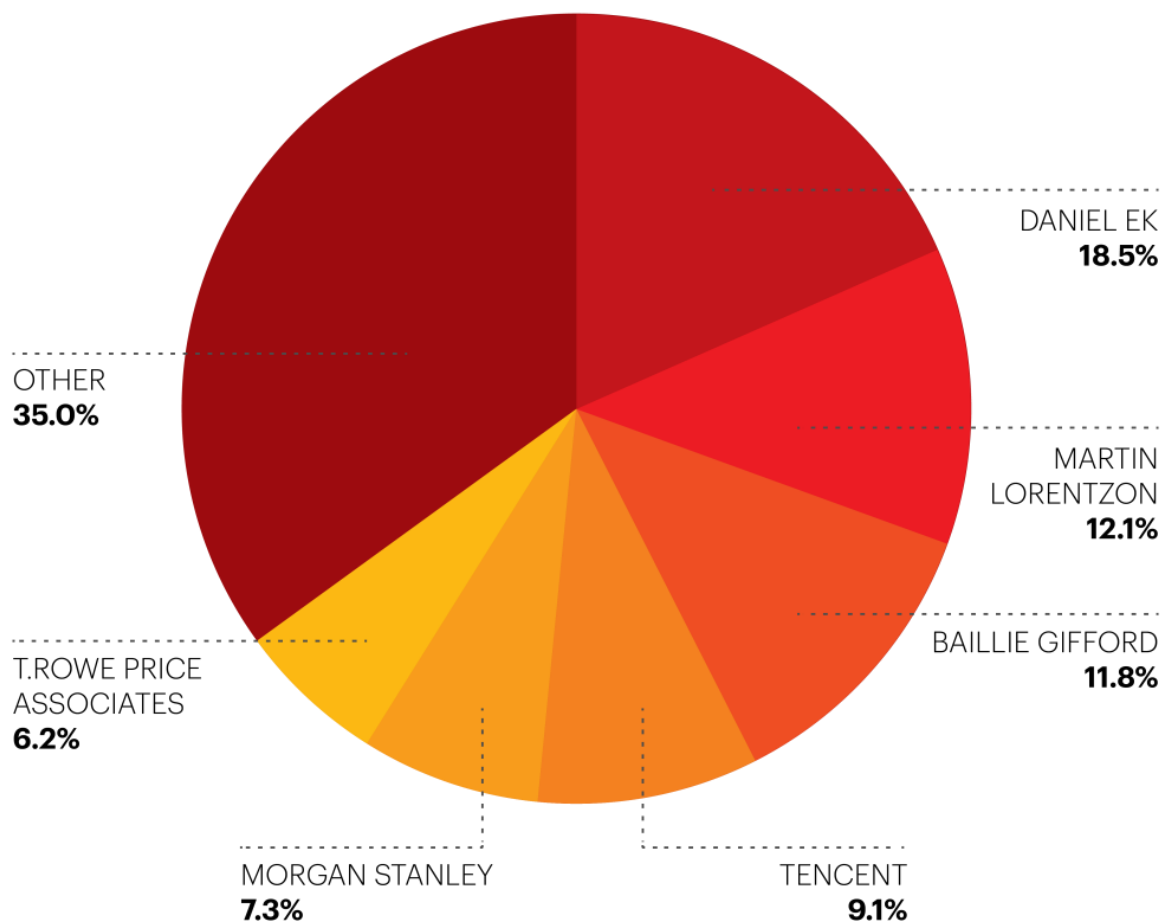
#### 2008: Official shares of each major label and Merlin in Spotify



Grafische Darstellung: <https://www.musicbusinessworldwide.com/heres-exactly-how-many-shares-the-major-labels-and-merlin-bought-in-spotify-and-what-we-think-those-stakes-are-worth-now/>

So sahen die Besitzverhältnisse in 2019 aus:

## WHO OWNED SPOTIFY AT THE END OF 2019?



Grafische Darstellung: <https://www.rollingstone.com/pro/news/who-really-owns-spotify-955388/>

Die zwei Majors Universal Music Group und Sony Music Entertainment sind nach wie vor nennenswerte Aktionäre von Spotify im Bereich „other“. Nach Schätzungen von Music Business Worldwide sind es etwa 6,35% – aufgeteilt zwischen Universal (3,5%) und Sony Music Entertainment (2,85%).

Börsennotierte Unternehmen sind gesetzlich verpflichtet ihre Quartalszahlen zu veröffentlichen. Spotifys Finanzreports sind im Internet verfügbar.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> <https://investors.spotify.com/financials/default.aspx>

### Discovery Mode

Im Oktober 2019 hat Spotify angekündigt, dass Labels (und andere Branchenakteure) bald in der Lage sein werden, dafür zu bezahlen, dass ihre Künstler\*innen über eine visuelle Pop-up-Anzeige mit dem Titel "Brand New Music For You" gezielt bei Fans innerhalb des Spotify-Ökosystems beworben werden.<sup>17</sup>

Diese Praktik lässt sich als Payola bezeichnen. Die Bezeichnung Payola steht für den Vorgang des „pay for play“. Hierbei besticht ein\*e Akteur\*in eine\*n andere\*n, etwa Programm-Redakteur\*innen von Rundfunk- und Fernsehsendern, so dass diese einen bestimmten Song häufiger spielen. So lässt sich die Popularität eines Songs ankurbeln und damit der Umfang der Streams, Downloads und Verkäufe steigern.<sup>18</sup>

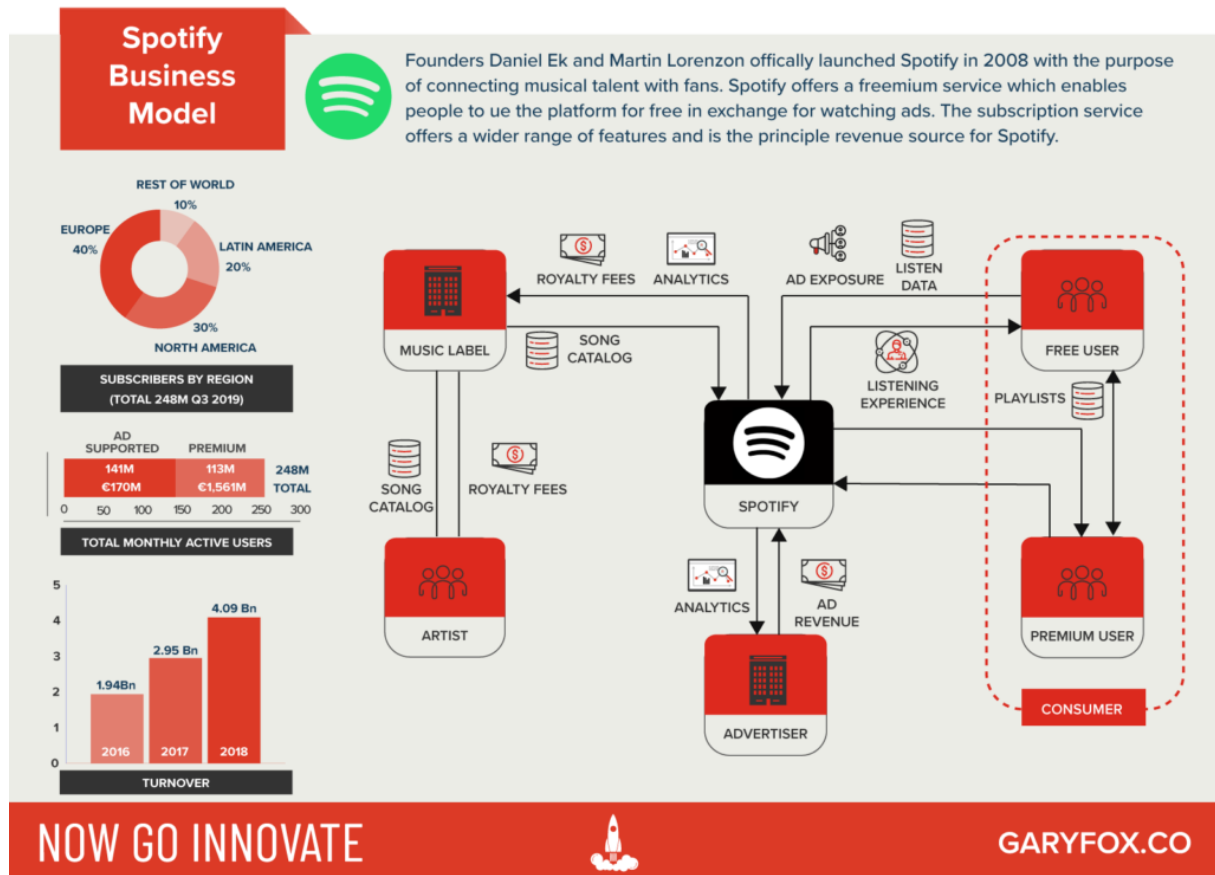
---

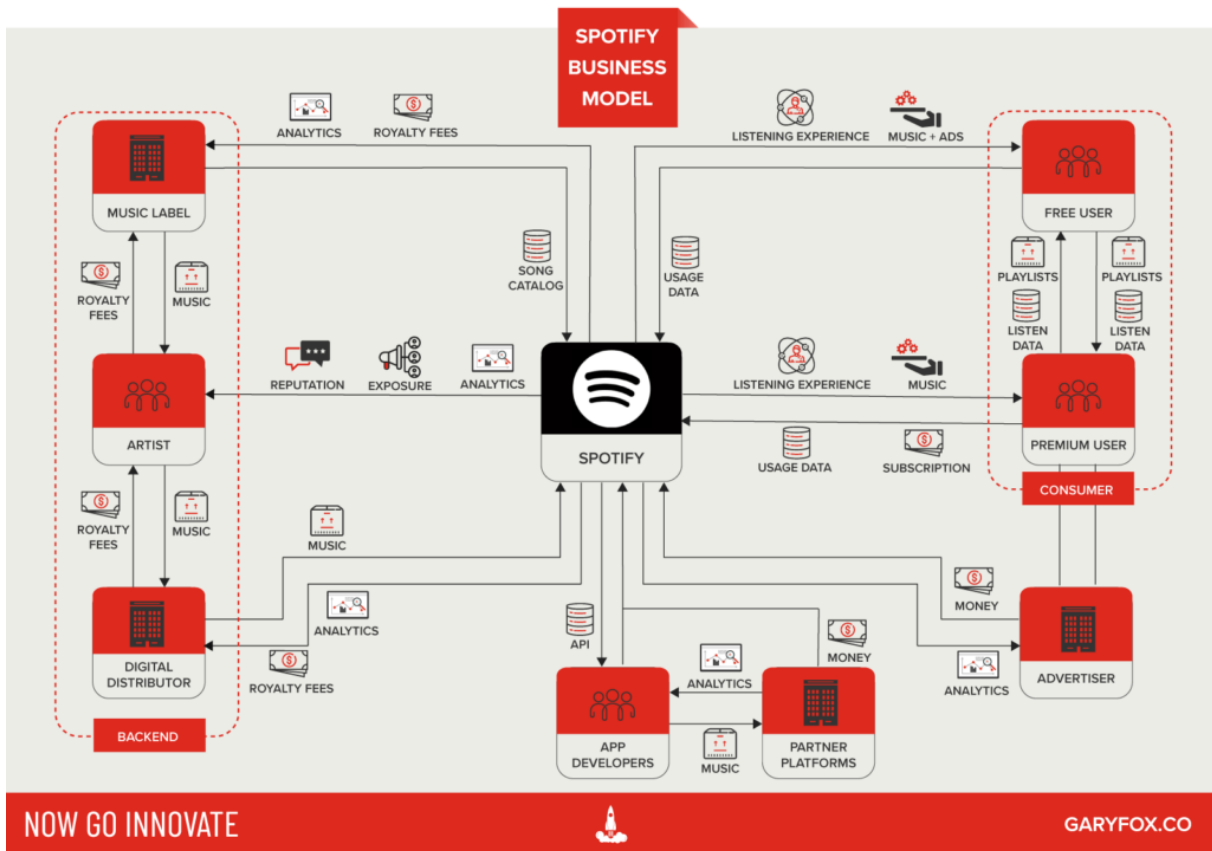
<sup>17</sup> <https://www.musicbusinessworldwide.com/record-labels-can-now-pay-spotify-to-promote-artists-on-the-platform-via-pop-up-music-for-you-alerts/>

<sup>18</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Payola>

## Geschäftsmodell

Spotify zahlt etwa 70 Prozent seiner Einnahmen für Tantiemen an die Rechteinhaber – Künstler\*innen und Unternehmen. Spotify zahlt pro gestreamtem Titel, wobei laut Aussage der Spotify-Website für Künstler\*innen die durchschnittliche Auszahlung pro Stream an die Rechteinhaber zwischen 0,006 und 0,0084 US-Dollar liegt.





Grafische Darstellungen: <https://www.garyfox.co/spotify-business-model/>

## 4.2 Amazon Music Unlimited

Auch der Musik-Streaming-Dienst von Amazon hat sich über die letzten Jahre weiterentwickelt: Musste man früher eine Prime-Mitgliedschaft abschließen, um Zugriff auf die mehr als zwei Millionen Songs von Prime Music zu haben, kann man heute auch unabhängig davon (und Prime-Kund\*innen günstiger) ein Extra-Abonnement für Amazon Music Unlimited abschließen – und zwischen mehr als 60 Millionen Songs und Podcasts wählen.

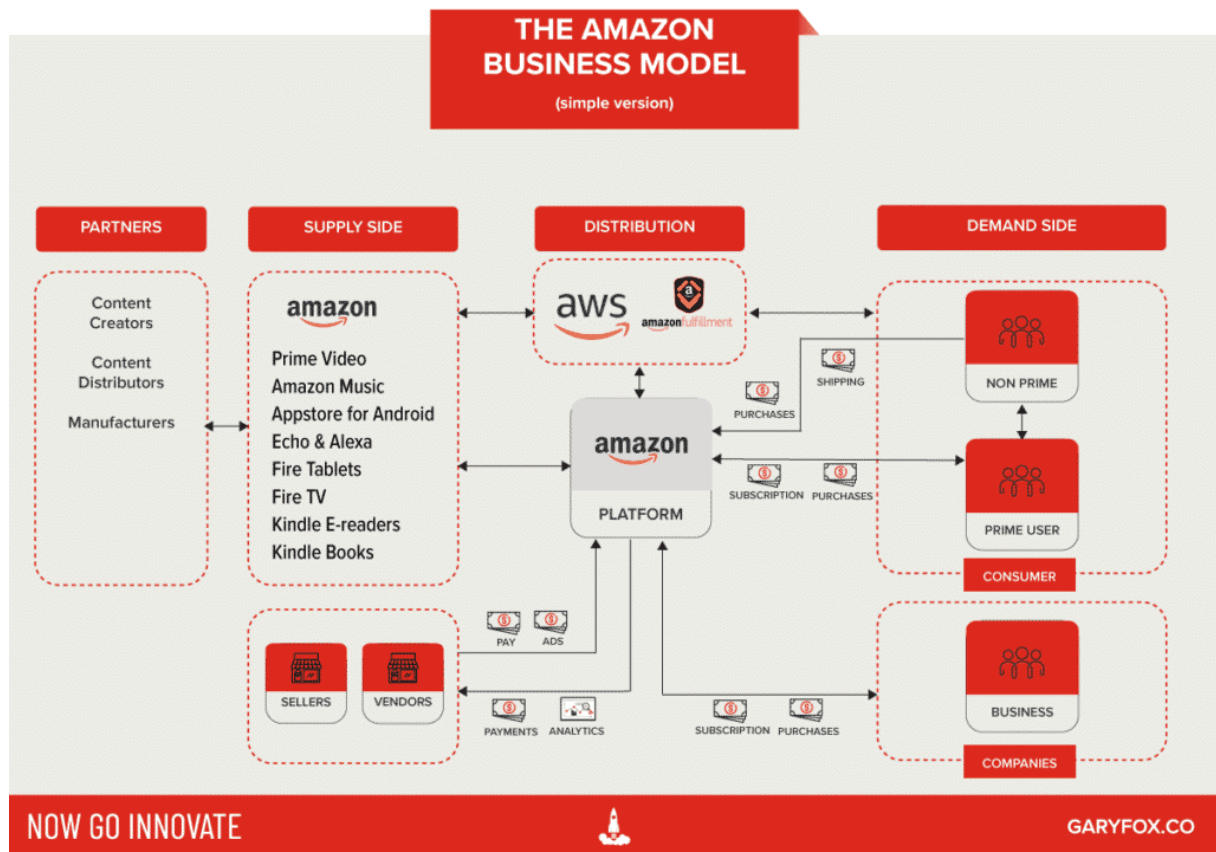
Im Gegensatz zu Spotify schlägt Amazon seinen zahlenden Nutzer\*innen insbesondere Neuerscheinungen und Charts vor, individuelle Empfehlungen gibt es nicht. Mit der entsprechenden App für Smartphones und Tablets ist das Angebot auch offline verfügbar – unbegrenzt und ohne Werbeunterbrechungen. Und auch hier kann Amazon Music Unlimited erst einmal 30 Tage lang kostenlos getestet und jederzeit wieder gekündigt werden, bevor man eine Mitgliedschaft abschließt.

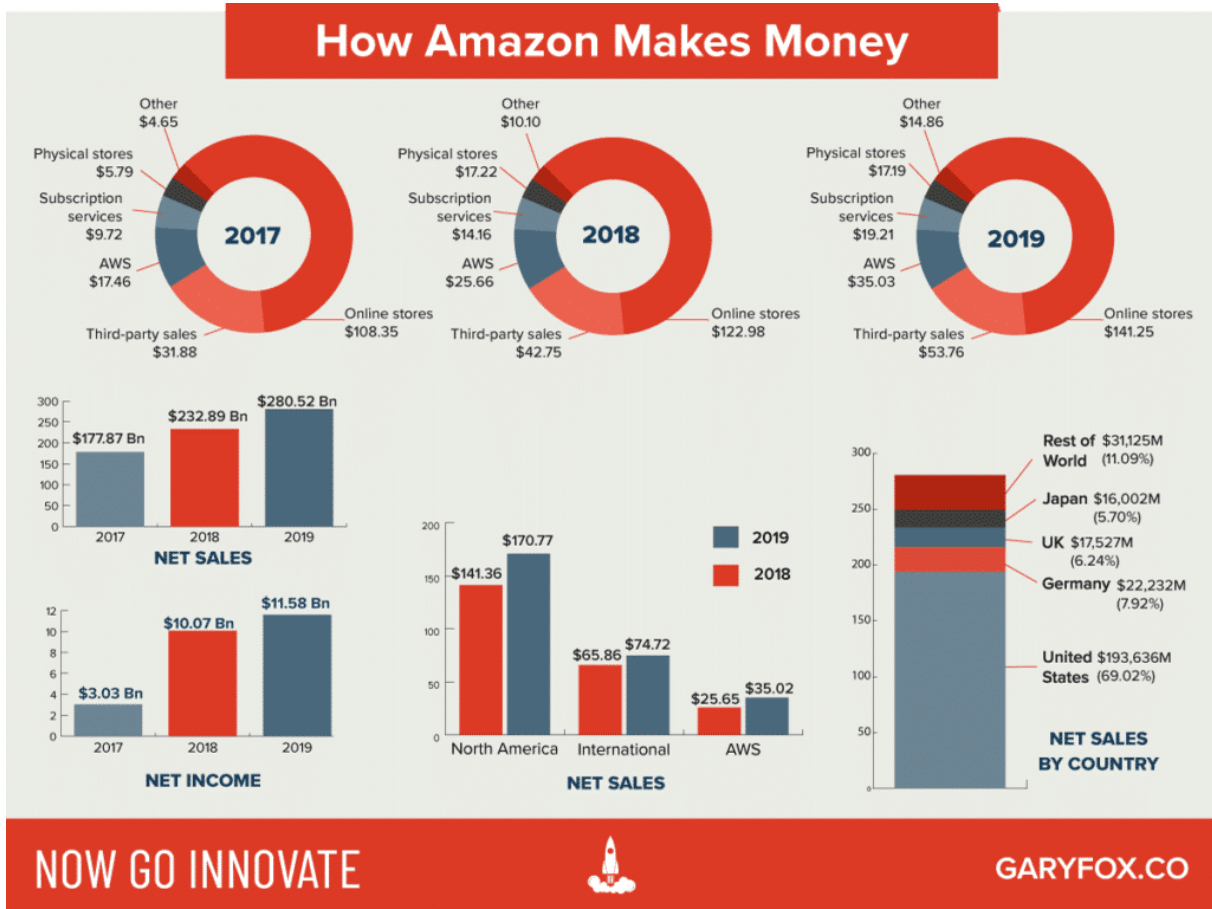
### Amazon Music Unlimited im Überblick

<b>Songs</b>	Rund 60 Millionen
<b>Versionen</b>	Neben der kostenlosen eine zahlungspflichtige Premium-Version
<b>Probe-Abonnement</b>	Premium kann 1 Monat lang kostenlos getestet werden
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>für Prime-Mitglieder: 12,99 Euro im Monat</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Kund*innen ohne Prime-Mitgliedschaft: 14,99 Euro im Monat</li> <li>• Für Familien: 14,99 Euro im Monat für max. sechs Familienmitglieder</li> <li>• Musik in HD und Ultra HD: Bestehende Amazon Music Unlimited-Mitglieder (inkl. Amazon Music Unlimited für Familien) können für zusätzliche 5Euro/Monat zu Amazon Music HD wechseln</li> <li>• Amazon Music Unlimited für Echo: 3,99 Euro pro Monat</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	Songs, Playlists, Empfehlungen, Hörbücher, Podcasts

### Geschäftsmodell





NOW GO INNOVATE



GARYFOX.CO

Grafische Darstellungen: <https://www.garyfox.co/amazon-business-model/>

### 4.3 Apple Music

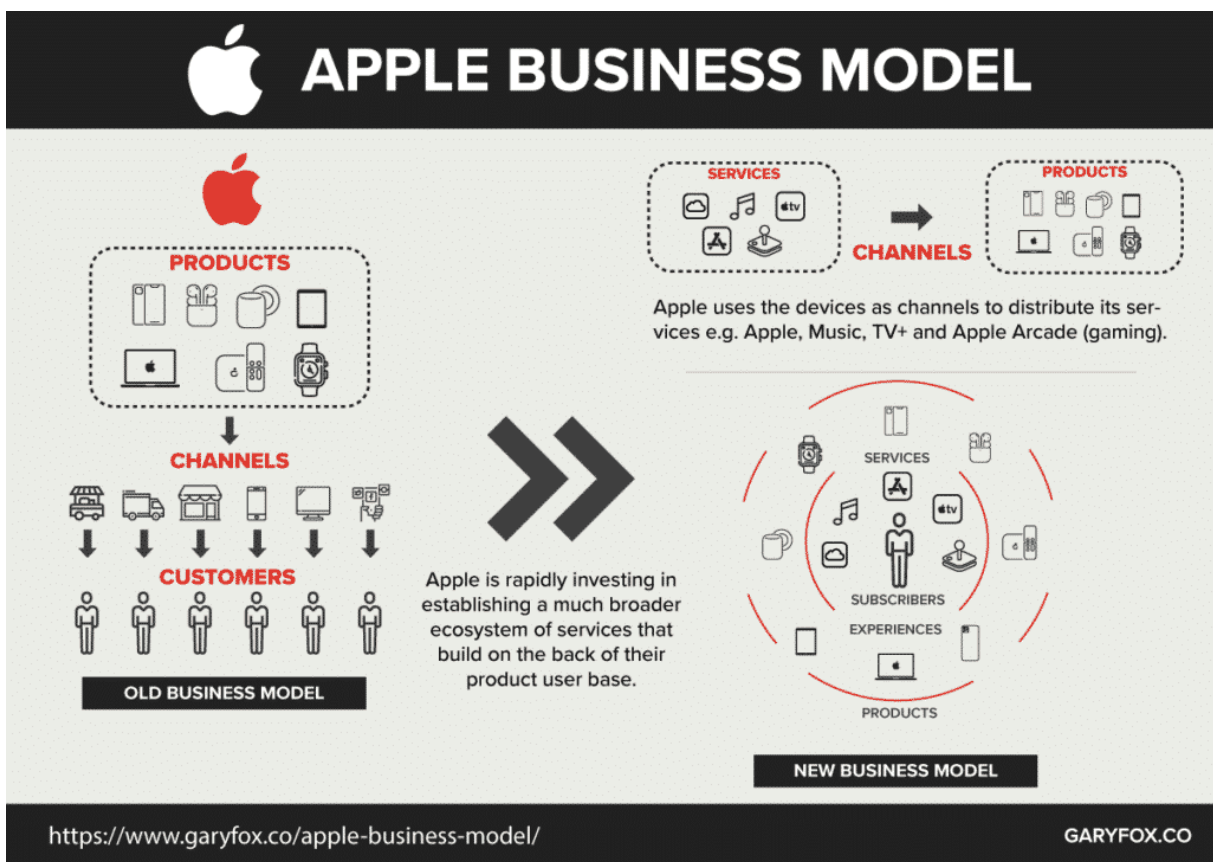
Der Musik-Streaming-Dienst von Apple kann neben dem iPhone auch auf allen Android-Geräten genutzt werden (nur ohne Siri, um beispielsweise Lieblingslieder per Sprachsteuerung abspielen zu lassen). Persönliche Empfehlungen und Expert\*innen-Vorschläge (u.a. von Künstler\*innen, Playlists und Tracks), Live-Sendungen lokaler Radiosender und das Herunterladen bzw. Hören von Songs im Offline-Modus bietet Apple ebenfalls an. Abgespielt werden kann die Musik über Apple Watch, Apple TV und CarPlay, aber auch Airplay, Sonos und HomePod.

#### Apple Music im Überblick

<b>Songs</b>	Rund 70 Millionen
<b>Versionen</b>	Neben der kostenlosen eine zahlungspflichtige Premium-Version
<b>Probe-Abonnement</b>	Premium kann 1 Monat lang kostenlos getestet werden
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Für eine Person: 9,99 Euro im Monat</li> <li>Für Familien: 14,99 Euro im Monat für max. sechs Familienmitglieder unter einem Dach</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Student*innen: 4,99 Euro im Monat</li> <li>• Voice (Siri only): 4,99 Euro im Monat</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	3D Audio, persönliche Empfehlungen und Expert*innen-Vorschläge (u.a. von Künstler*innen, Playlists und Tracks), Live-Sendungen lokaler Radiosender und das Herunterladen bzw. Hören von Songs im Offline-Modus & Podcasts

## Geschäftsmodell



Grafische Darstellung: <https://www.garyfox.co/apple-business-model/>



#### 4.4 YouTube Music

Seit 2018 bietet auch YouTube seinen eigenen Musik-Streaming-Dienst an, mit den gleichen Vorteilen wie die anderen Anbieter: Man kann das Abonnement 30 Tage lang kostenlos testen, über 40 Millionen Songs werbefrei hören (auch über Google Home) und jederzeit kündigen.

Was YouTube von der Konkurrenz unterscheidet: die sogenannten Smart-Downloads. Im Gegensatz zu Spotify, Amazon und Apple werden nicht nur gekennzeichnete Songs automatisch heruntergeladen, sondern auch jene, die der Dienstleister als wiederkehrende Lieblingslieder erkennt. Die Songs werden – sofern eine stabile WLAN-Verbindung besteht – in der Nacht abgespeichert, sodass sie im Offline-Modus abgespielt werden können. Und jede\*r Kund\*in kann selbst entscheiden, wie viele Songs maximal heruntergeladen werden dürfen, um den verfügbaren Speicherplatz entsprechend zu kontrollieren.

Darüber hinaus ist YouTube Music auch mit dem Videoportal von YouTube verbunden. Die Unterscheidung der YouTube-Abos und YouTube Music-Tarife ist jedoch nicht ganz einfach. Fest steht: YouTube-Abonnent\*innen brauchen nichts zu unternehmen, denn das YouTube Premium-Abo enthält den Musik-Streaming-Dienst bereits.

#### YouTube Music im Überblick

<b>Songs</b>	Rund 60 Millionen
<b>Versionen</b>	Neben kostenloser Version, die Werbung enthält, ein kostenpflichtiger Tarif sowie Angebote für Familien und Student*innen
<b>Probe-Abonnement</b>	Kostenlose Testversion für 1 Monat
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mit Einschränkungen kostenlos nutzbar</li><li>• YouTube Music: 9,99 Euro</li><li>• Familienabo (bis zu 6 Personen): 14,99 Euro</li><li>• Student*innentarif: 4,99 Euro</li></ul>
<b>Funktionen</b>	Großes Musik- und Videoangebot, Konzertmitschnitte, Empfehlungen, Playlisten, Hörbücher, Hörspiele, Upload eigener Musik
<b>Besonderheiten</b>	Musikempfehlungen, die neben Hörgewohnheiten auch die Tageszeit einbeziehen

## 4.5 Tidal

Tidal ist ein Musikstreaming-Dienst, der ursprünglich 2014 von der norwegisch-schwedischen Technologiefirma Aspiro gegründet und kurz darauf vom Rapper Jay-Z übernommen und weiterentwickelt wurde. Der Dienst zeichnet sich insbesondere durch seine vorbildliche Philosophie gegenüber Künstler\*innen aus sowie durch seinen Streaming-Sound in HiFi-Qualität. In Deutschland bekommt Tidal bislang noch nicht so viel Aufmerksamkeit.

### Tidal im Überblick

<b>Songs</b>	Über 70 Millionen
<b>Versionen</b>	Eine Normalversion, eine teurere Version mit ausgezeichnetem Sound, keine Free-Version
<b>Probe-Abonnement</b>	TIDAL kann 30 Tage lang kostenlos getestet werden
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIDAL Premium: 9,99 Euro</li> <li>• TIDAL HiFi: 9,99 Euro</li> <li>• TIDAL HiFi plus: 19,99 Euro</li> <li>• TIDAL Premium Familienpreis (bis 6 Personen): 14,99 Euro</li> <li>• TIDAL HiFi Familienpreis (bis 6 Personen): 29,99 Euro</li> <li>• Student*innen: 50 % Rabatt auf die Preise der obigen Versionen</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	Songs, Playlists, Empfehlungen, Künstler*innen-Radio, Musikvideos in HD-Qualität, Musikmagazin, Livestreams und Events, offline hören
<b>Besonderheiten</b>	Die Soundqualität lässt sich flexibel herunterregeln, falls unterwegs Datenvolumen gespart werden soll.

### Direkte Künstler\*innenvergütung & Fan-basierte Tantiemen

Bis zu 10% der Tidal-Abonnement-Gebühren für „Tidal HiFi Plus“ gehen an die Künstler\*innen, die von den Kund\*innen am meisten gehört werden. Tidal versteht dies als innovatives Programm, das Musiker\*innen eine zusätzliche Einkommensquelle garantiert. Dabei soll es sich um zusätzliche Einnahmen handeln, die unabhängig von den regulären Streaming-Tantiemen ausgeschüttet werden. In der Tidal App können Nutzer\*innen genau einsehen, an wen ihre direkte Künstlervergütung ausgezahlt wird. Um Direktauszahlungen zu erhalten, müssen sich Künstler\*innen per Einladung oder über ihren Vertriebspartner registrieren.

Seit 2022 verfolgt Tidal zudem bei den Tantiemen einen komplett neuen Ansatz: Diese werden auf der Grundlage der tatsächlichen Streaming-Aktivitäten der einzelnen TIDAL HiFi Plus Abonnent\*innen<sup>19</sup> gezahlt, statt alle Streams in einem Pro-Rata-Modell zusammenzufassen.

<sup>19</sup> <https://www.semper-audio.at/tidal-hifi-und-tidal-hifi-plus-neue-abo-pakete-fuer-verlustfreien-hifi-sound/>

## 4.6 Deezer

Deezer wurde bereits 2007 in Frankreich ins Leben gerufen. Mehr als 180 Länder versorgt der Anbieter und ist damit einer der am meisten vertretenen Musik-Streaming-Dienste der Welt, sogar vor Spotify. Allerdings lassen die aktiven Nutzer\*innenzahlen noch zu wünschen übrig. Nur 16 Millionen aktive User\*innen (Juli 2021)<sup>20</sup> sind dabei, obwohl Deezer schon so lang besteht, so viele Songs bietet und fast weltweit verfügbar ist.

### Deezer im Überblick

<b>Songs</b>	Über 73 Millionen
<b>Versionen</b>	Neben einer dauerhaft kostenlosen Version (ohne Werbung, aber mit weniger Funktionen) ist ein Premium-Tarif mit vollem Umfang sowie im Familientarif für bis zu 6 Konten verfügbar. Ein Tarif mit verlustfreier Klangwiedergabe rundet das Angebot ab.
<b>Probe-Abonnement</b>	Die Deezer-Abos können für jeweils 3 Monate kostenlos getestet werden, das Student*innen-Abo für 1 Monat.
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deezer Free: Kostenlos</li> <li>• Deezer Premium: 9,99 Euro (25 % Rabatt bei jährlicher Zahlung)</li> <li>• Deezer Family (bis zu 6 Personen): 14,99 Euro</li> <li>• Deezer HiFi: 14,99 Euro</li> <li>• Deezer Student: 4,99 Euro</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	Songs, Playlists, Empfehlungen im Flow-Modus, Radio, viele Hörbücher, Podcasts, FLAC-Audios im HiFi-Tarif

Im Herbst 2019 hat Deezer erstmals die Diskussion rund um UCPS – das User Centric Payment System<sup>21</sup>, also eine Bezahlung an Künstler\*innen durch ein nutzerbasiertes Abrechnungsmodell, angeschoben.

### Besitzverhältnisse

Was haben Deezer und Warner Music gemeinsam? Es ist Len Blavatnik. Ein global agierender Industrieller sowie Gründer und Vorsitzender von Access Industries. Wie Handelsblatt schreibt: „Neben der Warner Music Group gehören zu den Tencent Media Entertainment-Beteiligungen von Access auch DAZN, das führende Unternehmen für digitales Sport-Content-Streaming, Deezer, der hochauflösende Online-Musik-Streaming-Dienst mit über 15 Millionen aktiven monatlichen Nutzern, sowie Access Entertainment, das in hochwertige Fernseh-, Film-, Theater- und andere transformative Unternehmen investiert.“<sup>22</sup>

<sup>20</sup> <https://www.headphonesty.com/2021/08/spotify-vs-deezer/>

<sup>21</sup> <https://www.deezer.com/ucps> / <https://www.deezer-blog.com/de/fairere-bezahlung-fuer-kuenstlerinnen-das-ist-ucps/>

<sup>22</sup> <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/leonard-blavatnik-dieser-milliardaer-steckt-hinter-dem-boersengang-von-warner-music/25864094.html>

Weiterführende Lektüre:

- Wikipedia: Leonard Blavatnik<sup>23</sup>
- Pitchbook: Deezer General Information<sup>24</sup>
- Pitchbook: Access Industries General Information<sup>25</sup>
- Access Industries Selbstdarstellung<sup>26</sup>

## 4.7 Napster

Napster wurde ursprünglich als Musiktasch-Plattform betrieben und bekam schließlich rechtliche Schwierigkeiten. Heute ist die Ursprungsplattform längst Geschichte. Napster wurde völlig neu konzipiert und ging bereits 2003 unter die Musik-Streaming-Dienste. 2011 wurde Napster vom US-amerikanischen Anbieter Rhapsody übernommen. Der Markenname Napster wird in Großbritannien und Deutschland aufgrund seiner hohen Bekanntheit weiterhin verwendet.

### Napster im Überblick

<b>Songs</b>	Über 60 Millionen
<b>Versionen</b>	Napster ohne Mobilgeräte und Napster mit Mobilgeräten
<b>Probe-Abonnement</b>	Napster kannst du 30 Tage lang kostenfrei testen.
<b>Monatspreise</b>	Ohne Mobilgeräte: 7,95 Euro Mit Mobilgeräten: 9,95 Euro
<b>Funktionen</b>	Songs, Playlists, Empfehlungen, Radio, Hörbücher, Podcasts, redaktionelle Angebote (Star-Interviews etc.)
<b>Besonderheiten</b>	Spezieller Auto-Modus über Android Auto

## 4.8 SoundCloud

Soundcloud ist zwar ein klassischer Musik-Streaming-Dienst, agiert aber komplett anders als die Marktführer. Auf der Plattform lassen sich neben bekannten Interpret\*innen hauptsächlich unbekannte Künstler\*innen finden, die vielleicht auch nur mit einem Mikrophon im Kinderzimmer ihre Musik aufgenommen haben. Vor allem die unglaublich große Titelauswahl macht SoundCloud besonders.

### SoundCloud im Überblick

<b>Songs</b>	Über 200 Millionen
<b>Versionen</b>	Kostenfreie Version, Versionen für Musikhörer und eigene Tarife für Muskschaffende

<sup>23</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Leonard\\_Blavatnik](https://de.wikipedia.org/wiki/Leonard_Blavatnik)

<sup>24</sup> <https://pitchbook.com/profiles/company/42214-06#overview>

<sup>25</sup> <https://pitchbook.com/profiles/company/42500-62>

<sup>26</sup> <https://www.accessindustries.com/about/>

<b>Probe-Abonnement</b>	SoundCloud Go kann man 7 Tage und Go+ 30 Tage lang kostenfrei testen.
<b>Monatspreise</b>	Tarife für Musikhörende: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SoundCloud kostenlos</li> <li>• SoundCloud Go: 5,99 Euro</li> <li>• SoundCloud Go+: 9,99 Euro</li> <li>• Student*innen sparen 50 % beim Tarif Go+</li> </ul> Tarife für Musiker*innen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SoundCloud Basic: Kostenlos</li> <li>• SoundCloud Pro Unlimited: 8,25 Euro</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	Songs von unabhängigen Kleinkünstler*innen anstelle von Chartstürmer*innen, Kommentieren und Diskutieren einzelner Tracks
<b>Besonderheiten</b>	Jede*r kann auf SoundCloud selbst Musik hochladen

### Abrechnungsmodell

Im April 2021 führte SoundCloud ein neues, nutzerbasiertes Abrechnungsmodell ein. Dieses wird allerdings nur bei Künstler\*innen angewendet, die ihre Musik direkt über SoundCloud hochladen, also die rund 100.000 Kund\*innen die „SoundCloud Premier“, „Repost by SoundCloud“ oder „Repost Select“ nutzen. Diese drei Features sind jedoch nicht kostenlos – um also Teil des User Centric Modells zu werden, muss man SoundCloud bezahlen.

Der Anteil, den der\*die Künstler\*in erhält, wird errechnet basierend auf der Zeit, die der\*die Hörer\*in den\*die Künstler\*in gehört hat im Verhältnis zur gesamten Hörzeit pro Monat. Zudem fließt mit ein, wie viel Werbung die Hörer\*innen auf der Plattform konsumiert haben, oder ob sie das kostenpflichtige SoundCloud Go+ nutzen.

Unklar ist bislang noch, ob dieses Abrechnungsmodell auch für das Publishing, also die Anteile der Textdichter\*innen und Komponist\*innen, angewendet wird. Außerdem ist noch offen, wie die Abrechnung funktioniert, wenn ein\*e Hörer\*in sowohl Musik von Künstler\*innen hört, die direkt hochladen (User Centric), wie auch solche, die von Labels oder Vertrieben (Pro Rata) angeliefert wurden.<sup>27</sup> Einen ersten Erfahrungsbericht gibt es bereits von der Band Portishead<sup>28</sup>.

### 4.9 Idagio

Idagio ist ein Musik-Streaming-Dienst explizit ausgelegt auf klassische Musik. Obwohl es den Dienst erst seit 2015 gibt, ist er bereits in mehr als 190 Ländern verfügbar und über 1,8 Millionen Menschen haben die App bereits heruntergeladen.

<sup>27</sup> <https://www.igroovemusic.com/blog/soundcloud-fuehrt-das-user-centric-modell-ein.html>

<sup>28</sup> <https://musically.com/2021/09/17/soundcloud-fan-powered-royalties-portishead/>



Die Suchfunktion von Idagio ist deutlich differenzierter als bei anderen Musik-Diensten und erlaubt beispielsweise Suchen nach Komponist\*innen, Dirigent\*in, Orchestern, Solist\*in oder Instrument.

Das Bezahlmodell ist zudem gerade für lange Klassik-Tracks fair: Der Klassik-Streaming-Dienst zahlt nicht nach Klick, sondern nach gehörter Sekunde. Außerdem werden die Abogebühren anteilig unter den Künstler\*innen verteilt, je nachdem, wen die einzelnen Nutzer\*innen am häufigsten hören.

### Idagio im Überblick

<b>Songs</b>	Über 2 Millionen
<b>Versionen</b>	IDAGIO kann man mit eingeschränkten Funktionen kostenlos nutzen, außerdem sind unterschiedliche Tarife verfügbar, je nach Plattform, über die man den Dienst nutzt.
<b>Probe-Abonnement</b>	Die IDAGIO-Abos kann man 14 Tage lang kostenlos testen.
<b>Monatspreise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IDAGIO Free: kostenlos</li> <li>• IDAGIO Premium+: ab 9,99 Euro</li> <li>• IDAGIO über Apple: ab 9,99 Euro</li> <li>• IDAGIO über Android: 9,99 Euro bzw. 14,99 Euro</li> </ul>
<b>Funktionen</b>	FLAC-Ausgabe, Sammlungen erstellen, Offline-Wiedergabe, Live-Auftritte in der Global Concert Hall (kostenpflichtig)
<b>Besonderheiten</b>	Es gibt Tarifoptionen, in denen sämtliche Veranstaltungen in der Global Concert Hall inklusive sind – die Preise dafür beginnen bei 29,99 Euro für einen Monat.

### 4.10 Weitere Musik-Streaming-Dienste

Natürlich tummeln sich nicht nur die obigen Musikstreaming-Dienste auf dem Markt. Auch weitere stehen mit einem nahezu identischen Angebot wie bei den zuvor vorgestellten Anbietern zur Auswahl.

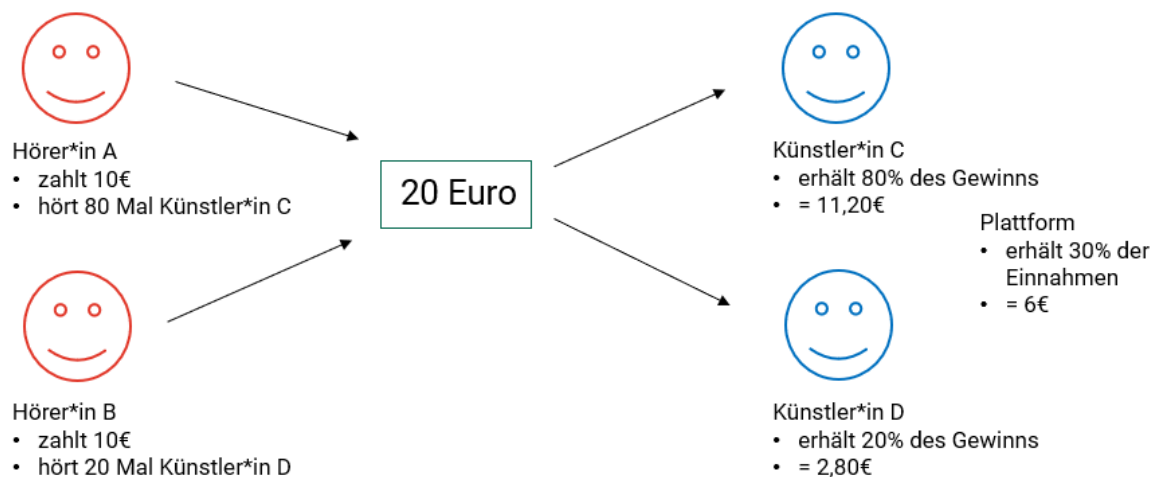
- **Tuneln:** Tuneln bietet eine riesige Auswahl an Radiosendern aus aller Welt – im kostenlosen Tarif bereits fast uneingeschränkt; für Werbefreiheit muss man ein Abo abschließen
- **Aldi Life Musik:** Hinter diesem Namen verbirgt sich nichts anderes als Napster – zu einem günstigeren Preis.
- **Qobuz:** Der französische Musikstreaming-Dienst hat sich auf High Resolution Audio spezialisiert.

## 5. Abrechnungsmodelle

Seit einiger Zeit werden im Wesentlichen zwei verschiedene Abrechnungsmodelle diskutiert. Das aktuell praktizierte „Pro-Rata-Modell“ sowie das sogenannte „User Centric-Modell“.

### Pro-Rata

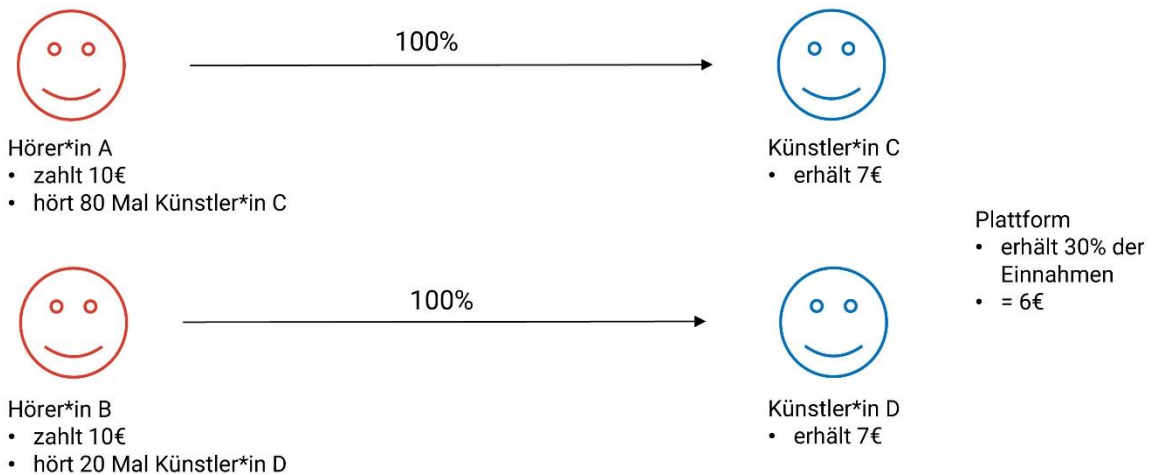
Das derzeitige "Pro-Rata"-Abrechnungsmodell verteilt Vergütungen ausschließlich auf Grundlage der **Gesamtzahl der gestreamten ersten 30 Sekunden**. Das individuelle Hörverhalten der Nutzer\*innen wird bei diesen Vergütungen nicht berücksichtigt. D. h. bei diesem Modell werden die Vergütungen von Hörer\*innen, die weniger oder gezielter Musik hören, effektiv auf die Werke, die von "Vielhörer\*innen" genutzt werden, umverteilt.



Grafische Darstellung: VUT

## User-Centric

Bei der derzeit gängigen Interpretation des nutzerbasierten Abrechnungsmodells werden die von den Hörer\*innen geleisteten Zahlungen auf die von ihnen gehörten Musikwerke verteilt. D. h. der für das Abonnement gezahlte Betrag kommt nur den Songs oder Alben der Künstler\*innen zugute, die von der\*dem Abonnent\*in tatsächlich angehört wurden.



Grafische Darstellung: VUT

## Weiterführende Lektüre zum User Centric-Abrechnungssystem und die Studienlage zum Thema:

- Music Ally: What are user-centric music streaming payouts? Start here...<sup>29</sup>
- Hypebot: User-centric royalties will not lead to a significant shift in streaming payouts [NEW STUDY]<sup>30</sup>
- CNM: Music streaming: impact of UCPS settlement model (detailed report)<sup>31</sup>
  - Goldmedia GmbH im Auftrag der GEMA: Musikstreaming in Deutschland. Erlössituation im deutschen Musikstreaming-Markt 2022<sup>32</sup>

<sup>29</sup> <https://musically.com/2020/05/13/what-are-user-centric-music-streaming-payouts/>

<sup>30</sup> <https://www.hypebot.com/hypebot/2021/02/user-centric-royalties-will-not-lead-to-a-significant-shift-in-streaming-payouts-new-study.html>

<sup>31</sup> [https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/03/1\\_CN\\_M\\_UCPS\\_Detailed\\_report\\_January2021.pdf](https://cnm.fr/wp-content/uploads/2021/03/1_CN_M_UCPS_Detailed_report_January2021.pdf)

<sup>32</sup>

[https://www.gema.de/fileadmin/user\\_upload/dokumente/aktuelles/pressemitteilungen/2022/GEMA\\_Goldmedia\\_Studie\\_Musikstreaming\\_in\\_Deutschland.pdf](https://www.gema.de/fileadmin/user_upload/dokumente/aktuelles/pressemitteilungen/2022/GEMA_Goldmedia_Studie_Musikstreaming_in_Deutschland.pdf)