

SUISA INFO

Mitgliederzeitschrift
1.09

Lohnender Direktvertrieb
im Web: ein Überblick

Seite 8

Midem 2009: Klasse
statt Masse

Seite 5

Neue Verteilungsregeln
der GEMA: unsere Tipps

Seite 21

SUISA info 1.09

INTERN

- 4 Der SUISA-Vorstand organisiert sich neu

INTERNATIONAL

- 5 Trotz sinkender Besucherzahlen gute Geschäfte an der Midem

GUT ZU WISSEN

- 8 Wie unabhängige Musiker ihre Musik im Web vertreiben

SUISA-STIFTUNG FÜR MUSIK

- 14 Ein Jubiläumsjahr für die Filmmusik
15 Nachrichten und Preise der SUISA-Stiftung

INTERN

- 16 Änderungen im Verteilungsreglement für Musik in der Fernsehwerbung

NACHRICHTEN

- 18 Personalwechsel bei Swiss Music Export, SUISA und SWISSPERFORM

GUT ZU WISSEN

- 21 Die GEMA hat neue Abrechnungsverfahren für Konzerte eingeführt

INTERN

- 23 Weshalb die SUISA eine Urheberrechtsvergütung auf Musikhandys fordert
24 Alle wichtigen Termine für 2009 auf einen Blick

Korrigenda:

Seite 20, info 2.08: Im Artikel zu Xavier Dayer wurde sein Verlag nicht erwähnt. Dies holen wir hiermit nach: Das Verlagshaus Editions Papillon in Troinex verlegt die Werke von Xavier Dayer seit 1998.



8

VERTRIEB IM WEB
VIELE WEGE FÜHREN
ZUM ENDKUNDEN.



5

BAISSE AN DER MIDEM 2009
MIDEM-DIREKTORIN DOMINIQUE
LEGUERN ZUR ZUKUNFT DER
WELTGRÖSSTEN MUSIKMESSE.



22

KONZERTE IN DEUTSCHLAND
SO KOMMEN SUISA-MITGLIEDER
ZU IHREN VERGÜTUNGEN.

IMPRESSUM

Redaktionsleitung Martin Wüthrich **Design** www.crafft.ch **Druck** Mattenbach AG, Auflage 13 700 Ex.
SUISA Bellariastrasse 82, Postfach 782, 8038 Zürich, T. +41 (0)44 485 66 66, F. +41 (0)44 482 43 33
SUISA 11 bis, av. du Grammont, 1007 Lausanne, téléphone +41 (0)21 614 32 32, téléfax +41 (0)21 614 32 42
SUISA Centro San Carlo, Via Soldino 9, 6903 Lugano, T. +41 (0)91 950 08 28, F. +41 (0)91 950 08 29
www.suisa.ch, suisa@suisa.ch

Fotos: iStockphoto, MIDEM,
Eike Bader, Pablo Faccineto
Foto Titelseite: Sophie Hunger,
fotografiert von Benoît Peverelli

EDITORIAL



Liebe Mitglieder

Unser Generaldirektor Alfred Meyer wird im Laufe des Jahres 2010 altershalber zurücktreten. Der Vorstand hat frühzeitig die Nachfolge geplant und am 11. Dezember 2008 Andreas Wegelin zum Nachfolger ernannt.

Alfred Meyer (63) ist am 1. Dezember 1980 in die SUISA eingetreten. Er wurde 1983 Mitglied der Geschäftsleitung und ist seit 1997 Generaldirektor. Andreas Wegelin (46) trat 1987 als juristischer Mitarbeiter in die SUISA ein. Er ist seit 1998 Mitglied der Geschäftsleitung. Seit 2005 leitet er das Departement Kundendienste und Lizenzierung.

Stellvertretender Generaldirektor bleibt Jean Cavalli (51), der Leiter des Departements Mitgliederdienste und Verteilung.

Ich gratuliere, auch im Namen des Vorstands, Andreas Wegelin zu seiner Wahl und Jean Cavalli zu seiner Bestätigung. Wir sind überzeugt, dass wir die beste Wahl für unsere Genossenschaft getroffen haben. Beide Herren sind hervorragende Fachleute in Urheberrechtsfragen und Persönlichkeiten, die über die Fähigkeiten verfügen, die SUISA erfolgreich zu führen.

Eine Arbeitsgruppe des Vorstands hatte die Stelle des neuen Generaldirektors in Tageszeitungen aller drei Landesteile ausgeschrieben. Es meldeten sich neben den beiden bisherigen Direktionsmitgliedern rund 40 aussenstehende Bewerber. Nach Ansicht der Arbeitsgruppe hatten die internen Kandidaten die besten Qualifikationen.

Dank dieses frühzeitigen Entscheids kann im Jahre 2009 die Amtsübergabe rechtzeitig und sorgfältig geplant und vorbereitet werden.

Mit herzlichen Grüssen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'HU. Lehmann'.

Hans Ulrich Lehmann
Präsident

AUS DEM SUISA-VORSTAND

Marco Zanotta

Schwerpunkte der Tätigkeit des Vorstands im zweiten Semester 2008 waren die interne Organisation, die Erarbeitung des Budgets 2009 sowie die Nachfolge des Generaldirektors.

Der Vorstand tagte am 24./25. September 2008 in Lausanne und am 10./11. Dezember 2008 in Zürich. Es werden nur die wesentlichen behandelten Geschäfte erwähnt.

Verteilung der Einnahmen aus Tarif W (Werbefernsehen SRG)

Das Bundesgericht hat im Mai 2008 die Verteilungsregeln aufgehoben, die 2004 eingeführt und 2005 leicht modifiziert wurden (ausführlicher Bericht im SUISA info 2.08). Der Vorstand hat in seiner Herbstsitzung neue Verteilungsregeln genehmigt, die dem Urteil des Bundesgerichts entsprechen. Sie gelten ab Verteilung von Anfang Dezember 2008 (hinsichtlich der Einnahmen 2007). Der Vorstand genehmigte auch die Korrekturen für die Verteilungsjahre 2004 bis 2007. Bei beiden Entscheiden folgte er der Empfehlung der Verteilungs- und Werkkommission (mehr dazu auf S. 16–17).

Der Vorstand genehmigte ferner in seiner Wintersitzung eher geringfügige Änderungen des Verteilungsreglements hinsichtlich Verteilung von Einnahmen aus den gemeinsamen Tarifen GT 2b und GT 3c.

Organisationsreglement und Verhaltenskodex

Generell sind die Anforderungen an den Vorstand und seine Verantwortung stetig gestiegen. Dazu kamen die für das Geschäftsjahr 2008 in Kraft getretenen Regeln über das interne Kontrollsystem. Aus diesem Anlass wurden die Organisation des Vorstands und die Abgrenzung der Kompetenzen von Vorstand, Vorstandskommissionen und Geschäftsleitung überprüft. Der bisherigen relativ konzentrierten Kompetenzordnung

wird nun ein umfassendes Organisationsreglement vorangestellt. Ein neuer Verhaltenskodex stellt insbesondere Regeln auf zur Behandlung allfälliger Interessenkonflikte.

Die Kommission für Geschäftsführung und Finanzen kann keine zusätzlichen Kontrollaufgaben übernehmen. Der Vorstand hat daher beschlossen, eine «Kommission für Finanzen und Kontrolle» zu schaffen, die von Fragen der Geschäftsführung und Organisation entlastet wird. Die bisherige Kommission Projekte und Planung übernimmt die Aufgaben des Bereichs Organisation und Geschäftsführung und soll künftig «Kommission für Organisation und Kommunikation» heissen. Die Aufgaben der Kommission für Tarife und Verteilung bleiben im Wesentlichen unverändert.

Organisationsreglement und Verhaltenskodex wurden in der Herbstsitzung diskutiert und in ergänzter Fassung in der Wintersitzung in ihren Grundzügen verabschiedet.

Internes Kontrollsystem

Das schon erwähnte und im SUISAinfo 2.08 beschriebene interne Kontrollsystem wurde vom Vorstand in seiner Herbstsitzung verabschiedet.

Budget 2009

Das Budget wurde vom Finanz- und Rechnungswesen und der Geschäftsleitung der SUISA ab August 2008 vorbereitet und von der Kommission für Geschäftsführung und Finanzen vorbesprochen. Der Vorstand genehmigte Organigramm, Stellenplan, Projektanträge und Budget 2009 in der von der Kommission vorbereiteten Fassung einstimmig.

Genossenschaft statt Gesellschaft

Gemäss neuem Obligationenrecht muss das Wort «Genossenschaft» im Firmennamen von Genossenschaften enthalten sein. Wir müssen also «Gesellschaft» durch Genossenschaft ersetzen. Dafür ist eine Statutenänderung erforderlich, die der Generalversammlung 2009 beantragt wird.

Der Vorstand will die Gelegenheit zu weiteren Änderungen des Firmennamens benützen. Zum einen ist der heutige Name «SUISA, Gesellschaft für die Rechte der Urheber musikalischer Werke» etwas kompliziert. Zum andern wird die zweite grosse Gruppe der SUISA-Mitglieder, nämlich die Verleger, im Namen nicht erwähnt. Vorgeschlagen sind bislang «SUISA, Genossenschaft der Urheber und Verleger von Musik» oder eventuell «SUISA, Genossenschaft der Musikurheber und -verleger».

Arbeiten der Vorstandskommissionen

Die Kommissionen des Vorstands haben die Geschäfte zum Teil in Sondersitzungen vorbereitet. So hat die Kommission Geschäftsführung und Finanzen Sondersitzungen zum Organisationsreglement durchgeführt. Die Kommission Projekte und Planung hat den Entwurf eines Muster-Verlagsvertrags behandelt, der in diesem Jahr dem Gesamtvorstand unterbreitet wird. ■

Vorstandskommissionen ab 1.1. 2009

- Kommission für Finanzen und Kontrolle
- Kommission für Organisation und Kommunikation
- Kommission für Tarife und Verteilung



Midem 2009

QUALITÄT STATT QUANTITÄT

Claudia Kempf

Es war nicht zu übersehen: Die diesjährige Midem verzeichnete einen Besucherrückgang von 12 Prozent. Am Schweizer Stand schrieben sich sogar ein Drittel weniger Firmen ein. Doch obwohl sich die Gänge gelichtet haben und die ganze Messe ruhiger geworden ist, zeigten sich die Aussteller grossenteils zufrieden. Denn die Midem ist und bleibt der zentrale Treffpunkt fürs Tonträger- und Verlagsbusiness. Ob diese beiden Teilbereiche der Musikindustrie jedoch auch künftig die Hallen des Palais des Festivals zu füllen vermögen, ist offen. Wir haben bei Midem-Direktorin Dominique Leguern nachgefragt, wie sie die Zukunft dieser Fachmesse beurteilt.



Midem-Direktorin Dominique Leguern

In diesem Jahr gingen die Teilnehmerzahlen merklich zurück und vor allem war auffallend weniger Ausstellungsfläche belegt. Ist die Midem als Plattform für Networking und Business noch zeitgemäss?

Tatsächlich verzeichnete die Midem mit 8000 Teilnehmern aus 82 Ländern einen Teilnehmerrückgang von 12 Prozent. Dieser Rückgang erklärt sich hauptsächlich mit den schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen, speziell auch in der Tonträgerindustrie.

Aber genauso wie die Branche selbst einem steten Wandel unterworfen ist, ändern sich auch die Teilnehmer der Midem stets.

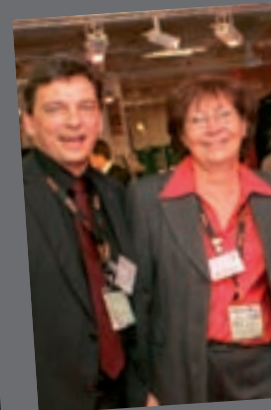
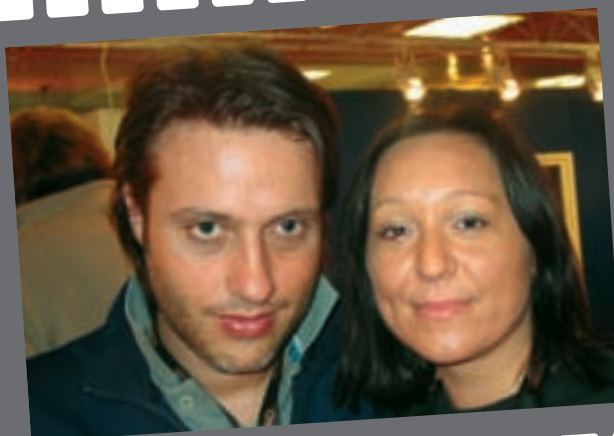
Die Midem beherbergt seit mehreren Jahren alle neuen Akteure der Musikindustrie, im Speziellen aus dem Bereich der digitalen Dienste und der Mobiltelefonie, und thematisiert die neuen Geschäftsmodelle rund um die Musik. Blackberry, Guitar Hero/Activision Blizzard, Napster, SFR, Orange und Sony Ericsson beispielsweise waren an der Midem 2009 stark vertreten.

Was das Networking angeht, so hat die Midem zu diesem Zweck zahlreiche Formate geschaffen. Hierzu gehören etwa die «listening sessions», bei denen die Teilnehmer die Gelegenheit haben, ihre Titel vorzustellen für die Platzierung in Videospielen, in der Werbung, in Serien

usw. Des Weiteren bietet die Midem sehr spezifische Plattformen an, die den Austausch zu Verlagsfragen oder zu Fragen in Bezug auf digitale Dienste, Mobilfunk oder die Zusammenarbeit mit Marken ermöglichen.

Sind die sehr hohen Preise gerechtfertigt? Würden tiefere Preise nicht wieder mehr Leute und vor allem auch Aussteller anziehen?

Vor mehreren Jahren haben wir eine Preispolitik mit abgestuften Preisen eingeführt je nach Anmeldedatum und nach Art der Teilnahme. Die Teilnehmer von Länderständen profitieren zudem von Sonderkonditionen.



GUTE STIMMUNG BEI DEN MESSETEILNEHMERN IN CANNES



Was das Angebot der Midem betrifft, so muss es in Bezug auf Inhalt wie auch auf neue Geschäftsmodelle stets auf dem neuesten Stand sein. Es reicht nicht aus, die Preise zu senken, damit die Teilnehmer eine maximale Messerentabilität erzielen. Zentral ist und bleibt die Qualität der Kontakte.

Was macht die Midem, um die aktuelle Situation zu überwinden? Wird die Midem sich im nächsten Jahr neu ausrichten?

Die Midem ging erst vor einigen Tagen zu Ende. Es ist noch zu früh, um sich zur künftigen Ausrichtung der Midem zu äussern. Sicher werden wir die Bedürfnisse der Teilnehmer gründlich studieren, Sektor für Sektor, wie wir das jedes Jahr mit Unterstützung unserer Kunden machen.

Die 44. Midem wird vom 24. bis 27. Januar 2010 in Cannes stattfinden.

www.midem.com

Im Gespräch an der Midem: Nokia und Bacardi

Thematische Schwerpunkte des Konferenzprogramms waren zum einen die neuen technischen Möglichkeiten und die damit einhergehenden Geschäftsmodelle, zum anderen die Zusammenarbeit von Künstlern mit ihren Fans und mit Marken. Die Grundeinstellung der Musikbusiness-Vertreter gegenüber Internet und Mobiltelefonie hat sich auffallend zum Positiven verändert. Bislang wurden diese Bereiche von vielen Branchenvertretern eher kritisch beargwöhnt. Ted Cohen, Managing Partner der TAG Strategic, brachte die neue Einstellung an der MidemNet auf den Punkt: «Es nützt nichts, sich gegen die technische Entwicklung aufzulehnen. Wir müssen ganz pragmatisch Modelle entwickeln, dank denen mit Musik Geld verdient werden kann und die gleichzeitig den Fans hervorragende Erlebnisse bieten.» Exemplarisch für diesen Trend steht das neue Nokia-Angebot «Comes With Music», das zu einem fixen Abopreis unlimitierte Downloads enthält. Damit erhalten Käufer von Nokia-Handys Zugriff auf rund fünf Millionen Titel. Lanciert wurde «Comes With Music», Ende 2008 in England.

Ebenfalls viel zu reden gab die neu angekündigte Vertriebskooperation des britischen House-Duos Groove Armada mit Bacardi. Für die neue EP hat B-Live Records, das Label von Bacardi, ein kostenloses Filesharing-Modell entwickelt. Die Fans können eines der vier Stücke des Albums kostenlos auf der Label-Website herunterladen. Die übrigen drei erhalten sie, wenn sie den ersten Track über ihre bevorzugte Online-Community weitergeben. Ein zusätzlicher Anreiz für das Weiterreichen von Tracks: Wer die Musik an die meisten anderen User weitergeleitet hat, erhält eine spezielle Belohnung.



Von links nach rechts: Isabel Palmtag (GEMA), Joachim Harbich (GEMA), Martin Wüthrich (SUISA), Bettina Müller (GEMA) – Maurizio Colella (Sirup Music) und DJ Tatana – SUISA-Standteam: Urs Schnell, Monique Stöckli, Michèle Benoit, Claudia Kempf, Poto Wegener – Mr Mike und Claude Nobs.



Von links nach rechts: Victor Waldburger, Carmen Rüegg (beide Phonag), Stefan Planta (TBA) – Bruno Pepe (PBR Record), Romano Nardelli (Nationalphonothek), Peter Schmidlin (TCB).

«Midem Lifetime Achievement Award» für unser Mitglied Charles Aznavour

Der Montagabend gehörte ihm: Der legendäre französische Chansonnier Charles Aznavour erhielt den «Midem Lifetime Achievement Award» in Anerkennung seiner einzigartigen Karriere. Die sonst eher reservierten Vertreter der Musikbranche erhoben sich im Verlauf des Abends mehrfach zu Standing Ovations und feierten den grossen Songwriter. Charles Aznavour ist wohnhaft in Genf und seit über 30 Jahren Mitglied der SUISA.

Charles Aznavour hat über 800 Titel geschrieben. Viele wurden zu Evergreens und von den grossen Künstlern der Welt interpretiert, darunter Fred Astaire, Shirley Bassey, Ray Charles, Elvis Costello, Bobby Darin, Sammy Davis Junior, Juliette Gréco, Liza Minnelli, Edith Piaf und Nina Simone. Er hat über 100 Millionen Alben weltweit verkauft. Als Schauspieler spielte er in über 60 Filmen mit und arbeitete u. a. mit Volker Schlöndorff («Die Blechtrommel») oder François Truffaut («Tirez sur le pianiste»). Auch mit 84 Jahren ist er als Autor und Interpret immer noch aktiv und auf den renommierten Bühnen der Welt gefeiert. 1998 wurde Aznavour in einer Online-Umfrage, die

von CNN und «Time Magazine» durchgeführt wurde, noch vor Elvis Presley und Bob Dylan zum «Entertainer des Jahrhunderts» gewählt.



Alfred Meyer – Charles Aznavour – Andreas Wegelin – Bertrand Liechti



DAS INTERNET ALS MUSIK- VERTRIEBSPLATTFORM

.....
Felix Raymann

Kein Label, keine Verkäufe? Unabhängigen Musikschaffenden bietet das Web gute Möglichkeiten für den Vertrieb ihrer Werke – sowohl auf CD wie auch als Audiofiles.

Im Eigenvertrieb übers Netz verdient man als Künstler mehr Geld pro verkauftes Album oder Song.

Sei es über eine Vertriebsplattform für CDs oder als Verbreitungsmedium für Audiofiles, also für Musik-Downloads: Für Muskschaffende ist das Internet ein praktisches Vehikel, ihre Musik zu verkaufen. Die Tatsache, dass man via Internet Musik per Knopfdruck auf der ganzen Welt anbieten kann, ist nur einer der Vorteile des Internets gegenüber dem herkömmlichen Vertrieb. Bei der elektronischen Verbreitung der Musik kommt hinzu, dass es keine Versandabwicklungen und -spesen gibt, kein Lager nötig ist und keine Lieferengpässe entstehen.

Doch wie lassen sich die neuen Technologien für den Musik-Vertrieb nutzen? Musiker und Musikerinnen, die mit einem Vertrag ihre Rechte an eine Plattenfirma übertragen haben, können nicht mehr alleine über den Verkauf ihrer Werke entscheiden. Unabhängige Muskschaffende, die weder einem Verlagsvertrag noch einem Tonträgervertrag unterstellt sind, besitzen weiterhin sämtliche Rechte an ihren Werken bzw. Aufnahmen. Sie können deshalb ihre Audiofiles und Alben auf der eigenen Webseite oder bei Online-Musikportalen frei vertreiben.

Audiofiles oder Online-Verkauf von CDs

Während die CD-Verkäufe am Sinken sind, nehmen die Verkäufe via Download

zu. Der Trend zeigt sich im vergangenen Jahr: 2008 wurden gemäss einer Studie des Marktforschungsunternehmens Nielsen alleine in den USA 1,51 Milliarden digitale Songs, Alben und Musikvideos verkauft. Das sind rund 10% mehr als 2007. Auch in der Schweiz nehmen die CD-Verkäufe ab, während die Downloads zunehmen. Dabei untergräbt die Möglichkeit, statt der ganzen Alben nur einzelne Songs zu kaufen, die CD-Verkäufe weiter. Dennoch spricht dies nicht dagegen, die Musik über iTunes, Napster & Co. zu verkaufen. Insbesondere für unabhängige Künstler eröffnen sich so neue Möglichkeiten, die sonst verschlossen blieben.

Manche Vertriebsplattformen wie CDbaby oder Cesart bieten sowohl CD-Verkäufe als auch Downloads an. Andere, wie etwa Fontastix oder Musicdome, beschränken sich zumindest momentan noch auf den CD-Vertrieb. Um beide Vertriebswege optimal nutzen zu können, besteht die Möglichkeit, seine Musik bzw. seine Tonträger bei verschiedenen Anbietern gleichzeitig zu vertreiben. Manche Portale wünschen jedoch exklusive Musik, sodass die gleichzeitige Anmeldung bei verschiedenen Plattformen nicht erwünscht oder untersagt ist.

Im Eigenvertrieb übers Netz verdient man als Künstler mehr Geld pro verkauftes

Kurzinterview: Warum übers Internet Musik vertreiben? **Philipp Fankhauser** gibt Auskunft:

Weshalb vertreiben Sie Ihre Musik übers Internet?

Philipp Fankhauser: Die Vorteile sind im Wesentlichen, dass man keinen physischen Bestand braucht, also Herstellungs- und Lagerkosten fallen weg. Und dass die Musik weltweit erhältlich ist.

Bei welchen Websites bzw. Online-Anbietern haben Sie sich mit Ihrem Werk registriert?

Für den digitalen Download arbeite ich hauptsächlich mit iTunes. Ich habe einen Direktvertrag, da ich mich bereits im Jahr 2004 darum gekümmert habe. Zusammen mit meinem Bruder ermögliche ich via Buytunes.ch anderen Künstlern und Labels einen direkten Zugang zu iTunes. Meine CDs werden in der Schweiz über CeDe.ch vertrieben (die via meinen Vertrieb Sony Music beliefert werden). International verwende ich CDbaby.com und zum Teil Amazon.

Wie hoch ist der Anteil übers Internet verkaufter Tonträger?

Der Download-Anteil ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und macht gute 15 Prozent gegenüber dem CD-Verkauf aus.



→ **Fontastix**



→ **CDbaby**



→ **Cesart**

tes Album oder verkauften Song als unter einem Label-Vertrag. Zudem können auch bei Konzerten CDs nach Belieben verkauft werden. Dank der Vertriebsplattformen mit ihrer virtuellen Verkaufs-Infrastruktur ist es zwar ein Leichtes, Musik übers Internet zu vertreiben. Doch der Eigenvertrieb hat auch Schattenseiten: Gerade die wichtige Promotion, die einem sonst von der Plattenfirma abgenommen wird, ist nur schwer selbst zu bewältigen. So genügt es nicht, lediglich ein paar Audiofiles oder seine CDs auf einer Webseite zu veröffentlichen und zu warten, bis die Songs heruntergeladen bzw. die CDs bestellt werden. Wer im weltweiten Netz gefunden werden will, muss auf verschiedenen Plattformen präsent sein und sich in Online-Communities vernetzen. Denn Links von MySpace, Facebook, MX3 & Co. mit dem eigenen Musikangebot sind hervorragende Eigenwerbung.

Vertriebsplattformen im Internet:

Fontastix

Um die eben fertiggestellte CD an den Mann bzw. an die Frau zu bringen, bietet Fontastix.ch Musikschaffenden aller Couleurs hilfreiche Dienste übers Web an. Partner ist der grösste Schweizer Online-CD-Shop CeDe.ch, über den die Tonträger, die auf der Fontastix-Website eingetragen

sind, vertrieben werden. «Wir bieten allen Musikern, die bei keinem Label unterkommen oder sich nicht an ein Label binden wollen, eine Möglichkeit, ihre Tonträger zu verkaufen», sagt Matthias Wilde, Geschäftsführer von Fontastix.ch. Auf dem Portal sind von Electro über Jazz bis zu Volksmusik die unterschiedlichsten Stilrichtungen willkommen. Insgesamt sind bei Fontastix rund 800 Titel vertreten, die mit fixen Preisen bei CeDe.ch im Angebot sind. Momentan vertreibt Fontastix nur physische Tonträger, es ist aber geplant, künftig auch Download-Musik zu verkaufen. Fontastix ist ein nicht profitorientierter Verein, welcher von der Schweizerischen Interpreten-Gesellschaft unterstützt wird. www.fontastix.ch

Um seine CD bei Fontastix verkaufen zu können, bedarf es wie bei den meisten anderen Online-Vertriebsplattformen einiger einfacher Schritte: Zuerst registriert man sich auf der Webseite mit Benutzername und Passwort, akzeptiert die Vertragsbedingungen mit dem Anbieter und gibt die notwendigen persönlichen Angaben sowie sämtliche Produkt-Daten und die Informationen der einzelnen Tracks ein. Damit im Shop später auch ein Bild des Covers zu sehen ist, muss das Bild der CD-Hülle hochgeladen werden. Zur Kontrolle des soeben eingetragenen Produkts gibt es eine Shop-Simulation.

CDbaby

CDbaby ist die wohl bekannteste internationale Vertriebsplattform für unabhängige Musik. Die in Portland, Oregon (USA) ansässige Firma vertreibt seit 1998 Indie-Musik und hat nach eigenen Angaben bereits 150 000 Künstler registriert. CDbaby vertreibt sowohl CDs als auch Download-Musik. Die relativ unkomplizierte Handhabung bei Veröffentlichung der Werke trägt zum Erfolg des Vertriebers bei. Statt seine Musik selber hochzuladen, schickt man einfach eine CD ein, die dann gerippt und an die verschiedenen Partner-Onlineshops weitergeleitet wird. Für den CD-Verkauf müssen anfänglich fünf CDs eingesandt werden. Sobald diese verkauft sind, schicken die Musikschaffenden jedes folgende Mal jeweils die doppelte Anzahl an CDs. Praktisch ist, dass Musiker einen direkten Link zu ihrem Eintrag erhalten (www.cdbaby.com/Bandname). Ein Vorteil von CDbaby sind die vielen Partner, mit denen der Vertrieb zusammenarbeitet. Von iTunes über Yahoo Music bis zu MSN Music sind diverse Download-Portale dabei. Neben den virtuellen Partnern bietet CDbaby die Musik auch in 2400 CD-Shops an, die sich vorwiegend in den USA befinden. Für Musiker: cdbaby.net

Cesart

Die erst im Oktober 2008 lancierte und in Lausanne beheimatete Vertriebsplattform



→ **Musicdome**



→ **iMusician**

Cesart.ch ist nicht nur ein Internetdienst für Musik, sondern darüber hinaus eine Plattform für Film und Kunst sowie für Bereiche wie Literatur oder Theater. Des Weiteren ist ein E-Ticket-Service integriert. In der Rubrik Musik werden sowohl CDs als auch Download-Songs vertrieben. Speziell bei Cesart ist die eigene, virtuelle Währung, die sogenannten Points cesart, mit denen die Benutzer Musik kaufen und verkaufen können. Die Nutzung von Points ist allerdings nicht zwingend, es kann auch mit Schweizer Franken bezahlt werden. Um die Points eintauschen zu können, muss man Cesart-Member sein. Cesart verlangt keine Kommissionen für die auf der Webseite eingestellten Werke. Finanziert wird das Ganze über Mitgliederbeiträge von sogenannten Pro-Member +1-Mitgliedschaften, kommerzielle Partnergeschäfte sowie durch Werbung. Aktuell sind ca. 150 Musikschafter auf Cesart.ch vertreten. Demnächst soll die Seite auf Englisch und Deutsch übersetzt werden. www.cesart.ch

Musicdome

Musicdome, der Online-Musikladen mit ausschliesslich Schweizer Musik, vertreibt CDs in allen Stilrichtungen: von Rock und Pop bis Schlager und Kinderlieder. Insgesamt sind gemäss Musicdome fast 6000 Artikel erfasst. Die Anmeldung für Künstler ist unkompliziert, und

wer den Verkaufsradius erweitern möchte, kann dies sowohl territorial als auch virtuell tun, indem man bei der Anmeldung bei Musicdome auch gleich noch eine Registrierung beim international arbeitenden Portal CDbaby tätigt. Für 30 Franken übernimmt Musicdome die Registrierung bei CDbaby. Selbstverständlich liefert Musicdome bei Bestellungen auch Tonträger ins Ausland. Wer für seine CD oder DVD einen EAN-Strichcode generieren möchte, kann sich ebenfalls an Musicdome wenden. Gegen eine Gebühr ab 90 Franken wird der Tonträger mit einem solchen maschinenlesbaren Strichcode versehen. Neu sollen künftig auch Rezensionen, MP3-Hörsamples und Downloads hinzukommen. www.musicdome.ch

iMusician

iMusician ist eine reine Online-Vertriebsplattform: Hier wird Musik nur in nicht-physischen Formaten vertrieben. Als sogenannter «content aggregator» vertreibt iMusician die Musik nicht selbst, sondern bietet sie bei verschiedenen Anbietern an. Das heisst, dass hier mehrere Online-Shops gebündelt werden, sodass man als Band oder Musiker/-in nur einen Online-Partner hat, der die Musik auf diverse Download-Anbieter verteilt (ähnlich wie dies bei CDbaby der Fall ist). iMusician behält sich allerdings vor, einen Exklusiv-Vertrag zu machen, sodass es den Mu-

Kurzinterview: Warum übers Internet Musik vertreiben? **Irene Hodel alias Frölein Da Capo** gibt Auskunft:

Verkaufen Sie Ihre Musik übers Internet?

Irene Hodel: Ich stelle meine Musik im Internet zur Verfügung, aber ich verkaufe sie nicht, sondern «verschenke» sie.

Auf welchem Weg machen Sie das?

Auf viel beachteten Websites wie Facebook, MySpace oder MX3. Dort kann man auch gleich sehen, wie oft die Tracks angehört oder heruntergeladen

Warum nutzen Sie diese Seiten, bzw. was für Vorteile bieten Sie?

Ich werde im Netz viel besser gefunden. Wer nach neuer Musik sucht, guckt unter anderem auf diesen Websites. Nicht nur Private, sondern auch Veranstalter oder Radiohörer. Durch MySpace habe ich schon etliche Gigs klarmachen können, und durch MX3 kam einer meiner Songs ins Radio. Die Plattformen sind für mich kostenlos.

Vertriebsplattform	Vertriebene Produkte	Partner	Einmalige Kosten	Kosten pro CD
1 Fontastix.ch www.fontastix.ch	CD (künftig auch Downloads)	CeDe.ch	100 Franken pro aufgenommene CD	Anteil des Verkaufspreises gemäss Preisliste auf Website
2 Musicdome www.musicdome.ch	CD	—	—	10 Franken Kommission auf den Verkaufspreis
3 CDbaby www.cdbaby.net	Downloads, CD	48 Download-Shops, rund 2400 CD-Shops vorwiegend USA	35 Dollar pro aufgenommene CD	4 \$ pro CD, 9% des Verkaufspreises bei Down- loads
4 Cesart www.cesart.ch	Downloads, CD	—	—	—
5 iMusician www.imusician.ch	Downloads (via Partner-Shops)	iTunes, Napster, AOL und ca. 120 weitere, die je nach Standort ausgewählt werden können	75 Franken pro Album	15% Kommission auf den Verkaufspreis
6 Buytunes www.buytunes.ch	Downloads (via Partner-Shop)	iTunes	Einmalige Aufschaltgebühr pro Album 30 Franken, pro Single 10 Franken	15% Kommission auf den Verkaufspreis

1 Fontastix: Normalpreis der CD bei CeDe.ch: CHF 27.90, Erlös für den Auftraggeber CHF 17.15. Beim Verkauf im Fachhandel: Preis pro CD CHF 27.90, Erlös CHF 14.– Dies sind Preise der Kategorie «Normal». Es gibt auch Tief- und Hochpreise, wobei das Verhältnis ungefähr gleich bleibt. Die Preise können die Künstler selbst bestimmen.

2 Musicdome: Es gibt keine Aufnahmegebühr für ein Album. Die empfohlenen Preise belaufen sich auf CHF 25.50 pro Album, wobei für den Künstler CHF 15.50 abfallen. Dies bedeutet eine Abgabe von CHF 10.– pro CD. Die Preise können jedoch grundsätzlich von den Musikern festgelegt werden.

3 CDbaby: Die Preise können selbst festgelegt werden. Digital: 91% der Erlöse verdient der Künstler. CD: USD 4 pro CD gehen an CDbaby, sowie eine Einstellgebühr von USD 35.

4 Cesart: Die Künstler setzen den Preis selbst fest und verdienen 100% des Verkaufspreises, abzüglich einer eventuellen Mehrwertsteuer.

5 iMusician: Die Preise fürs Herunterladen eines Songs bei iTunes, Napster usw. werden vom jeweiligen Anbieter bestimmt, nicht vom Künstler. Die Kommissionen sind allerdings je nach Download-Plattform unterschiedlich. Nach Angaben von iMusician liegen die meisten bei

ca. 20%. Beispiel für iTunes: Beim Verkauf eines Songs beträgt der Nettoerlös für den Musiker EUR 0.45 bei einem Verkaufspreis von EUR 0.99. Bei einem Album beträgt das Verhältnis EUR 4.30 zu EUR 9.99. In der Differenz sind sämtliche Kommissionen enthalten.

6 Buytunes: Die Preise werden von iTunes bestimmt. Buytunes zieht eine Kommission des Verkaufspreises von 15% ab. Die restlichen 85% gehen an den Künstler.





→ **Buytunes**



→ **Topptipp: MX3**



→ **VxM.ch**

sikschaffenden nicht erlaubt ist, gleichzeitig bei mehreren Content aggregators zu arbeiten.

Bei der Musik, die iMusician annimmt, wird eine Einschränkung gemacht: Normalerweise werden nur Werke akzeptiert, die bereits auf CD oder auf Vinyl erschienen sind. Als Ausnahme werden jedoch auch sogenannte «Digital only releases» veröffentlicht. Voraussetzung ist, dass die Musik qualitativ gut aufgenommen und gemastert worden ist. Nach der Registrierung und dem Upload der Audio-Dateien zu iMusician dauert es je nach Shop etwa acht Wochen, bis die Musik im Internet erhältlich ist. www.imusician.ch

Buytunes

Ebenfalls ein Sammeldienst für diverse Online-Musikshops ist die Schweizer Website www.buytunes.ch. Darauf sind zwar über 100 Download-Anbieter aufgeführt, doch wird zurzeit nur iTunes mit Musik beliefert. Nach dem Einsenden einer CD und weiteren Angaben sowie eines digitalen CD-Covers wird ein Vertrag zwischen Künstler und Buytunes aufgesetzt. Die Musikschafter können nun via iTunes weltweit oder nur in bestimmten Ländern verkaufen. Die Verkaufspreise können allerdings von Land zu Land variieren. www.buytunes.ch

Topptipp: MX3

MX3 ist keine eigentliche Verkaufsplattform für Musik, sondern ein Tummelplatz von und für Schweizer Bands und Musiker, Musikliebhaber und Radiostationen. Neben Hörproben oder dem Austausch zwischen Hörern und Musikschaftern können zu vorgestellten Songs auch Links zu Online-Shops gesetzt werden, wo die betreffenden Songs oder CDs erworben werden können. Sich auf dieser Plattform ebenfalls zu präsentieren, ist durchaus sinnvoll, denn MX3 hat sich in den letzten Monaten und Jahren zu einer beliebten Adresse im Musikbereich entwickelt. Wer allerdings seine Musik nicht verkaufen, sondern verschenken möchte, ist auf www.mx3.ch ebenfalls an der richtigen Adresse, um seine Musik zumindest schweizweit bekannt zu machen. Die Radiostationen DRS 3, Virus, Couleur 3, Rete 3 und Radio Rumantsch spielen regelmässig Songs aus dem immer grösser werdenden Musikfundus dieser Plattform.

www.mx3.ch

VxM.ch

Ähnlich wie MX3 dient auch VxM.ch als Plattform für Musikschafter – mit dem Unterschied, dass sich VxM.ch auf die Volksmusik beschränkt. In den Kategorien instrumentale Volksmusik, Jodel, Blasmusik, Chor und volkstümliche Schlager finden Musiker eine Plattform, um sich

einem breiten Publikum zu präsentieren. Interessierte können sich auf der Musikplattform von Schweizer Radio DRS vernetzen, Kontakte zu Fans, Veranstaltern oder Labels knüpfen und sich über Veranstaltungen informieren. Die Website ist ein riesiger Fundus an Musik, die man am PC anhören kann und die sich sogar als individuell zugeschnittenes Webradio zusammensetzen lässt. Auf der Plattform für Volksmusik kann man durchaus fürs Radio entdeckt werden, denn die Musikredaktion von DRS Musikwelle durchsucht die Bestände von VxM.ch regelmässig. ■

www.vxm.ch

DIE FILMMUSIK WIRD 100!

Urs Schnell

Vor einhundert Jahren komponierte Camille Saint-Saëns das erste Werk, das speziell für die Vertonung eines Filmes in Auftrag gegeben wurde. Zwar wurden schon vorher die Stummfilme musikalisch unterlegt, doch hier wurde das erste Mal eine Komposition auf die Dramaturgie des Filmes ausgerichtet und angepasst.



Der Film trug den Titel «L'assassinat du duc de Guise», und der hundertste Jahrestag der Filmmusik wird weltweit gefeiert. Am 14./15. November 2008 wurde in Paris im Rahmen der European Film Music Days der offizielle Start für das Jubiläumsjahr 2008/2009 gegeben. Die SUISA-Stiftung begleitet das Jubiläum in Form zweier unabhängiger Projekte. Zum einen sind wir eine Partnerschaft eingegangen mit der Union of Film Music Composers (UFMC), die auch in der Schweiz diverse Anlässe zur Jahrhundertfeier veranstaltet. Zum andern bereitet die Stiftung eine Anthologie mit Schweizer Filmmusik vor, die im Jahr 2010 erscheinen wird.

Projekte der UFMC Switzerland

Die Beziehungen zwischen Film und Musik sind vielfältig, intensiv, emotional, komplex – und so alt wie der Film selber. In diesem historischen Kontext haben die UFMC Switzerland und ihr europäischer Partner FFACE (Federation of Film and Audiovisual Composers of Europe) beschlossen, zum Jubiläumsjahr 2008/2009 verschiedenste Aktivitäten durchzuführen. Der Startschuss zur Jahrhundertfeier fiel am European Film Music Day in Paris, wo im November 2008 das wegweisende Werk von Camille Saint-Saëns live zum Film «L'assassinat du duc de Guise» aufgeführt wurde.

Sowohl in der Schweiz wie auch in Europa werden zahlreiche Veranstaltungen stattfinden, so etwa weitere Filmprojektionen mit Livemusik, Konferenzen, Workshops usw., die Gelegenheit geben werden, schweizerische und ausländische Filmmusikkomponisten (wieder) zu entdecken.

Filmmusik ist nichts Exotisches, sondern vielmehr ein Bestandteil unseres Alltags, ein Beitrag zu unserem kollektiven Gedächtnis und zu unsrem kulturellen Erbe. Die UFMC will die oft unbekanntesten Komponisten für einmal ins Scheinwerferlicht rücken. Die Dimension ihrer Arbeit entscheidet häufig darüber, ob uns die Bilder auf der Leinwand unter die Haut gehen oder ob der Eindruck zweidimensional und oberflächlich bleibt.

Weiterführende Websites:

www.ufmc.ch

(UFMC Switzerland)

www.FM100.ch im Aufbau

(Programm der Jahrhundertfeier)

www.film-music-days.com

(European Film Music Days)

Anthologie zur Schweizer Filmmusik

Mit der Herausgabe von CD-Anthologien leistet die Stiftung einen Beitrag zur Erhaltung des klingenden Kulturgutes. Und wir

freuen uns, die Serie mit einer Anthologie zur Schweizer Filmmusik zu erweitern.

Sehr oft ist es erst die Musik, die eine besondere filmische Stimmung oder Aussage verständlich macht. Trotzdem erhalten die Komponistinnen und Komponisten dieser Werke – einige wenige Stars wie das SUISA-Mitglied Michel Legrand ausgenommen – selten die ihnen zustehende Aufmerksamkeit. Es ist uns deshalb ein Anliegen, die Filmproduzenten auf das reichhaltige und hoch stehende Filmmusikschaffen in der Schweiz aufmerksam zu machen.

Die Publikation der Anthologie zum Jubiläumsjahr ist, zusammen mit einer Dokumentar-DVD, auf Sommer 2010 geplant. ■

Filmmusik-Preis 2009 der SUISA-Stiftung für Musik

Bereits zum achten Mal verleiht die SUISA-Stiftung für Musik im Rahmen des internationalen Filmfestivals von Locarno einen Preis für beste Originalfilmmusik eines Schweizer Komponisten. Weitere Informationen und die Teilnahmebedingungen finden sich unter www.suisa-stiftung.ch.

Swiss Top 2008

«SWISS TOP»-PREIS AN CHURCHHILL

Claude Hübscher

Die SUISA-Stiftung für Musik hat am 19. Januar 2009 im Zürcher Mascotte den mit 5000 Franken dotierten 2. «Swiss Top»-Preis der Gruppe Churchhill überreicht.

Die von DRS 3 organisierte «Swiss Top»-Serie fördert vielversprechende Schweizer Musikerinnen, Musiker und Bands. Der erste Preis ging an das Freiburger Quartett «Marvin», das die Jury mit Popsongs von

internationalem Standard zu überzeugen wusste. Der mit 5000 Franken dotierte 2. Preis wurde von der SUISA-Stiftung an die «Swiss Top»-Kandidaten Churchhill verliehen. Die Berner Band hat die Jury mit ihrer unbekümmerten Frische und ihrem herausragenden Stilmix für sich eingenommen. Auch in diesem Jahr waren unter den geladenen Gästen zahlreiche prominente Personen aus Fernsehen und Radio sowie dem Musikbusiness bei der Preisverleihung anwesend.

Die SUISA-Stiftung für Musik verleiht zahlreiche Preise in allen Musiksparten in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern, um das aktive Musikschaffen der SUISA-Mitglieder zu honorieren.



David Flach alias Fit, Sänger/Rapper/Komponist von Churchhill, empfängt den Preis von SUISA-Stiftungsrat René Baiker.

Solothurner Filmtage

PUBLIKUMSPREIS AN «BEAT-MAN WAY»

Claude Hübscher



Im Rahmen der 44. Solothurner Filmtage hat die SUISA-Stiftung für Musik den mit 5000 Franken dotierten Publikumspreis für den beliebtesten Musikclip verliehen. Der Preis geht an das Team Adrian Winkler, Mario Winkler und Nella Lombardi für den Clip «The Beat-Man Way» des Künstlers Reverend Beat-Man.

Claude Hübscher (r.) übergibt den Preis an Winkler, Lombardi und Winkler.

NEUES REGLEMENT FÜR EINZELGESUCHE

Per 1. Januar 2009 hat der Stiftungsrat der SUISA-Stiftung für Musik das überarbeitete Reglement für Einzelgesuche in Kraft gesetzt.

Für die Beurteilung und Bewilligung von Gesuchen gelten die in der Stiftungsurkunde festgehaltenen Prinzipien. Auf diesen basierend hat die Stiftung Verfahrensweisen und Zuständigkeiten neu festgelegt und beschrieben, welche Voraussetzungen für die unterschiedlichen Beitragsarten gelten.

Wir weisen alle Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller darauf hin, dass sie die Eingaben mindestens drei Monate vor Projektstart einreichen müssen, damit die Kommission für Einzelbeiträge darüber befinden kann. Das neue Reglement liegt in elektronischer Form unter www.suisa.ch/de/suisa-stiftung/einzelbeitraege/ sowohl zur Ansicht als auch zum Download bereit.

SCHWEIZER MUSIKHANDBUCH 2009/2010



Das Schweizer Musikhandbuch 2009/2010 der SUISA-Stiftung ist ab sofort erhältlich. Mit seiner übersichtlichen Rubrifizierung – und zum letzten Mal in gedruckter Form – ist das Schweizer Musikhandbuch ein ideales Nachschlagewerk zur Schweizer Musikszene. Das Musikhandbuch enthält rund 1700 Einträge auf rund 500 Seiten im Format A5, ein Bestellformular liegt dieser Ausgabe von SUISAinfo bei.

VERTEILUNG DER EINNAHMEN AUS WERBESENDUNGEN DER SRG

Jean Cavalli

Über das Urteil des Bundesgerichts vom 13. Mai 2008 haben wir im SUISA info 2.08 (S.22 und 23) ausführlich berichtet. Kurz zusammengefasst müssen wir gemäss diesem Entscheid die Einnahmen für Musik in der Werbung der SRG (Tarif W) proportional zum Umsatz verteilen, den die SRG oder Publisuisse mit den Ausstrahlungen eines jeden Werbespots erzielt. Das Gericht hat nicht ausgeschlossen, dass die Dauer der Musik berücksichtigt wird. Es hat ferner entschieden, dass die früher praktizierte Zuweisung aus dem Tarif W an die Musik im allgemeinen Programm rechtswidrig ist.

Verfahren zur Genehmigung der neuen Regeln

Im September 2008 haben die Verteilungs- und Werkkommission und der Vorstand die neuen Regeln zur Verteilung der Einnahmen aus Tarif W beschlossen. Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum hat die Änderungen, die nachstehend abgedruckt sind, genehmigt. Der Entscheid des Instituts kann durch Rekurs beim Bundesverwaltungsgericht angefochten werden. Der Text steht auf unserer Website.

Alte Regeln für die Verteilungsjahre 2004 und 2005 bis 2007

Seit 2003 bezahlt die SRG der SUISA eine Vergütung von 2,65 % ihrer Werbeeinnahmen. Für die Verteilung dieser Vergütung hatte der Vorstand für das Verteilungsjahr 2004 folgende Regeln beschlossen (Verteilung der Einnahmen von CHF 6,5 Mio. aus Tarif W):

4.2.2 Verteilungsklasse 1 E

(Werbesendungen im Fernsehen SRG)

Für die Musik in den Werbefilmen wird ein einheitlicher Ansatz pro Sekunde berechnet.

5.4 Zuweisung der Einnahmen der einzelnen Tarife

W	Werbefernsehen	25 %	1 C	(Fernsehsendungen ohne Werbung)
		75 %	1 E	(Werbesendungen im Fernsehen)

Ab Verteilungsjahr 2005

(Verteilung der Einnahmen von rund CHF 7,2 Mio. pro Jahr) wurden diese Bestimmungen vorübergehend wie folgt geändert und ergänzt:

4.2.2 Verteilungsklasse 1 E

(Werbesendungen im Fernsehen SRG)

Die Entschädigungen für Werbesendungen werden aufgrund eines festen Betrages pro Sekunde Musik verteilt. Dieser Betrag wird gemäss den folgenden Faktoren gewichtet:

Dauer der Werbesendung	Faktor
1 bis 60 Sekunden	1,0
61 Sekunden und mehr	0,2

5.4 Zuweisung der Einnahmen der einzelnen Tarife

W	Werbefernsehen	15 %	1 C	(Fernsehsendungen ohne Werbung)
		85 %	1 E	(Werbesendungen im Fernsehen)

Regeln für die Verteilungsjahre 2008 und folgende

Aufgrund des Urteils des Bundesgerichts wurde die Ziffer 4.2.2 des Verteilungsreglements geändert. Sie hat nun folgenden Wortlaut:

Verteilungsklasse 1 E

(Werbesendungen im Fernsehen SRG)

4.2.2 Die Verteilung wird pro Werbespot vorgenommen, proportional zum Umsatz, den Publisuisse für die Ausstrahlung dieses Spots erzielt, und reduziert im Verhältnis der Dauer der Musik im Verhältnis zur Dauer des Spots (pro rata temporis). Die gesamte zur Verteilung zur Verfügung stehende Summe wird proportional zum so errechneten Betrag pro Spot verteilt.

Ferner wurde Ziffer 5.4 korrigiert wie folgt

5.4 Zuweisung der Einnahmen der einzelnen Tarife

W	Werbefernsehen	100 %	1 E	(Werbesendungen im Fernsehen)
---	----------------	-------	-----	-------------------------------

Auswirkungen des neuen Systems

Die zuletzt genannten neuen Regeln traten in Kraft auf 1. Januar 2008, also bereits für die Verteilung der Einnahmen 2007 im Dezember 2008. Im Begleitbrief zu dieser Abrechnung vom 4. Dezember 2008 haben wir unsere Werbemusik-Komponisten über das gerichtliche Verfahren und die Grundsätze der neuen Verteilungssystems orientiert. Die Mitglieder erhielten eine Abrechnung nach neuen Regeln und konnten sich Klarheit verschaffen über deren Auswirkungen. Sie beruhen auf dem Urteil des Bundesgerichts, das entschied, dass die Verwertungsgesellschaften nach Art. 49 Absatz 1 des Urheberrechtsgesetzes ihre Einnahmen proportional zum Ertrag der Werke und Darbietungen verteilen müssen. Wir berücksichtigen damit den ökonomischen Wert der Werknutzung. Der Komponist der Werbemusik wird mit anderen Worten beteiligt am finanziellen Erfolg des Spots. Der Komponist einer Werbemusik erhält eine höhere Vergütung, wenn der Spot zur Primetime ausgestrahlt wird (zum Beispiel zur Zeit der «Tageschau»), als wenn er um 15 Uhr nachmittags ausgestrahlt wird. Die Komponisten von Filmmusik ausserhalb der Werbung erhielten pro Sekunde Sendezeit schon bisher wesentlich weniger als die Komponisten von Werbemusik. Das Verhältnis ändert sich noch weiter zu Ungunsten der Filmmusik-Komponisten, weil die Zuweisung an die Verteilungsklasse 1 C (Fernsehsendungen ohne Werbung) aufgehoben wird.

Der Text des neuen Reglements mit einem Hinweis auf die Genehmigung durch das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum wird auch im «Schweizerischen Handelsamtsblatt» (SHAB) publiziert.

Korrektur der Verteilungen 2004 bis 2007

Das Bundesgericht hat die Verteilungsregeln für diese Periode für unzulässig erklärt. Die SUISA hat nun die vorangehenden und ohne Beschwerden genehmigten Regeln angewendet, die für die Verteilung der Senderechte gemäss dem bis 2002 gültigen Tarif R galten und die auch noch für die Verteilung 2003 angewendet wurden. Das Reglement lautete damals

4.2.2 Verteilungsklassen 1 E und 1 F (Werbeseudungen im Fernsehen SRG)

Die Verteilung wird pro Werbefilm vorgenommen.

5.4 Zuweisung der Einnahmen der einzelnen Tarife

R	Werbefernsehen	15 %	1 C, 1D	(Fernsehsendungen ohne Werbung)
		85 %	1 E, 1F	(Werbeseudungen im Fernsehen)

Massgebend waren damals der von Publisuisse fakturierte Antennenpreis und die Musikkdauer im Verhältnis zur gesamten Dauer eines jeden Spots. Dies entspricht der neuen ab 2008 geltenden Regelung und den Grundsätzen, die das Bundesgericht aufgestellt hat.

Diese Korrekturen sind enthalten in der Abrechnung, die am 4. Dezember 2008 versandt wurde. Sie enthält einen Vergleich der Beträge, die gemäss den annullierten Regeln verteilt wurden, mit den Beträgen, die nach den für den Tarif R geltenden Regeln verteilt wurden.

Mit diesen Korrekturen wurde auch der Tatsache Rechnung getragen, dass 15% der Einnahmen aus Tarif W bereits der Verteilungsklasse 1 C zugewiesen worden waren, was gemäss früherem Reglement hinsichtlich des Tarifs R vorgesehen war, und was im Übrigen von niemandem bestritten worden war.

Im Jahre 2004 wurden die Einnahmen aus Tarif W an die Mitglieder der SUISA und an die Schwestergesellschaften ohne jeden Vorbehalt verteilt. Mit der Ausnahme von sieben Rekurrenten ist diese Verteilung von niemandem innert der im Reglement festgelegten Fristen angefochten worden. Eine Korrektur wurde deshalb ausschliesslich für diese sieben Rekurrenten erstellt, die im Verfahren vor Bundesgericht obsiegt haben. Die SUISA hat diese Korrektur aus Rückstellungen finanziert, die wegen der genannten Rekurse gebildet worden waren. So konnten Rückforderungen gegenüber Tausenden von Rechtsinhabern vermieden werden, die im Jahr 2004 zu hohe Vergütungen erhalten hatten.

In den Verteilungsjahren 2005 bis 2007 wurden die verfügbaren Beträge in der Verteilungsklasse 1 E an die SUISA-Mitglieder unter Vorbehalt verteilt und gegenüber den Schwestergesellschaften vorübergehend blockiert. Die Zuweisung von 15% der Einnahmen aus Tarif W an die Verteilungsklasse 1 C wurde nicht korrigiert, weil sie dem früheren für die Einnahmen aus Tarif R geltenden Reglement entsprach. Innerhalb der Verteilungsklasse 1 E wurden die Abrechnungen gemäss Urteil des Bundesgerichts und gemäss den für den früheren Tarif R geltenden Regeln korrigiert.

Die Herren Lysander Gelewski und Eric Mermod stehen zur Beantwortung von Fragen gerne zur Verfügung:
E-Mail: lysander.gelewski@suisa.ch
Telefon: +41 21 614 32 35
E-Mail: eric.mermod@suisa.ch
Telefon: +41 21 614 32 26



EVİ ALLEMANN IST NEUE PRÄSIDENTIN VON SWISS MUSIC EXPORT

Nach sechs Amtsjahren ist Anita Fetz als Präsidentin von Swiss Music Export (SME) zurückgetreten. Ihre Nachfolge übernahm per 1. Januar 2009 Evi Allemann. Die 30-jährige Nationalrätin (SP, Bern) ist gelernte Juristin und hat Einsitz in der aussenpolitischen (APK) und in der sicherheitspolitischen (SiK) Kommission des Nationalrats. «Der Export von Schweizer Musik muss nicht nur aus kulturellen, sondern auch aus wirtschaftlichen Überlegungen gefördert werden. Man darf nicht vergessen, dass die Kulturindustrie ein wichtiger Wirtschaftszweig ist. Wir werden deshalb versuchen, weitere Partner für Swiss Music Export als Institution zu finden», so die neue Präsidentin Evi Allemann.

Hinter Swiss Music Export stecken sechs Organisationen: Pro Helvetia, Migros-Kulturprozent, SUISA-Stiftung für Musik, Fondation CMA, Phonoproduzentenfonds und die Interpretienstiftung. SME unterstützt Schweizer Musikschaffende bei ihren Bemühungen, im Ausland Fuss zu fassen; sei es durch Präsenz an Messen und Festivals, durch Networking oder auch durch direkte finanzielle Exportunterstützung.



SABINE JONES IST NEUE DIREKTORIN DER SWISSPERFORM

Frau Dr. Yvonne Burckhardt, die die SWISSPERFORM 1993 mitbegründet und während 15 Jahren als Direktorin geleitet hat, ist per Ende Januar 2009 in den Ruhestand getreten. Ihre Nachfolgerin heisst Sabine Jones und wurde vom Vorstand der SWISSPERFORM bereits im Sommer 2008 einstimmig gewählt.

Sabine Jones ist eine ausgewiesene Fachfrau im Musikgeschäft und in Urheberrechtsfragen. Sie war zwischen 1993 und 2002 bei der GEMA in Deutschland und der PRS in England für die Urheber und Verleger zuständig. Während dieser Zeit hatte sie u. a. auch Kontakt mit der SUISA. Danach stand sie während vier Jahren als Direktorin der Verwertungsgesellschaft PAMRA vor. Die in England gesammelten Erfahrungen im Bereich der Leistungsschutzrechte bringt sie nun in ihrer neuen Rolle bei der SWISSPERFORM ein.



NEUE ABTEILUNGSLEITER INFOLGE VON PENSIONIERUNGEN

Per März 2009 wird Monique Stöckli, Leiterin der Verlegerabteilung (Foto links), nach 24 Jahren bei der SUISA in Pension gehen. Die Verleger- und die Urheberabteilung werden zusammengelegt in der Mitgliederabteilung unter der Leitung von Poto Wegener (Foto rechts). Gruppenchef «Verleger» und direkter Ansprechpartner für die Verleger wird Roman Varisco, der bereits acht Jahre für die Urheberabteilung der SUISA tätig war.

Laico H. Burkhalter, der seit zehn Jahren für die SUISA tätige Leiter der Abteilung Vervielfältigungsrechte und Vergütungsansprüche, verlässt die SUISA altershalber per Ende April 2009. Als Nachfolger vorgesehen ist Fabian Wigger. Wigger war bis vor kurzem Assistent an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich und wird in diesem Jahr seine Dissertation im Immaterialgüterrecht abschliessen.

Die Geschäftsleitung der SUISA dankt Monique Stöckli und Laico Burkhalter für ihre Beiträge zum Erfolg und zum Wachstum der SUISA und wünscht ihnen zur Pensionierung das Beste.

Lassen Sie sich SUISAinfo per E-Mail zustellen!

Sie erhalten das Mitgliedermagazin SUISAinfo per Post. Wahlweise können Sie SUISAinfo jedoch auch als PDF-File online lesen oder auf Ihren Computer herunterladen. Damit wir Sie künftig gezielt informieren können, wählen Sie bitte die gewünschte Versandart unter www.suisa.ch/infoversand. Sie können die Versandart oder die E-Mail-Adresse jederzeit wieder ändern.



RHEINGAU MUSIKPREIS 2008 AN HEINZ HOLLIGER

Der Komponist, Oboist und Dirigent Heinz Holliger ist Ende August 2008 mit dem Rheingau Musikpreis 2008 ausgezeichnet worden. Die mit 10 000 Euro dotierte Auszeichnung wurde zum 15. Mal vergeben.

Mit der Ehrung würdigt die Jury des Rheingau Musikpreises die Verdienste von Heinz Holliger um das gegenwärtige Musikleben in Anerkennung seines kompositorischen Schaffens. In der Begründung der Jury heisst es: «Mit Heinz Holliger zeichnet das Rheingau Musik Festival einen international renommierten Komponisten, Dirigenten und Interpret von bestechender Eigenständigkeit aus. Als weltberühmter Oboist verfügt er über sensible Virtuosität und hat seinem Instrument spieltechnisch neue Welten eröffnet. Seine Dirigate bei den international besten Orchestern sind von intimer Werkkenntnis und technischer Präzision gekennzeichnet. Als Komponist verfolgt er einen unbeirrbaren Weg jenseits aller Schulen. Eindringlich spürt er in seinen Hauptwerken den Gefährdungen der menschlichen Existenz und des menschlichen Geistes nach.» Heinz Holliger ist seit 1961 Mitglied der SUISA.

Verein jugend+musik MUSIKFÖRDERUNG FÜR KINDER UND JUGENDLICHE

Sie finden es wichtig, dass Kinder und Jugendliche musizieren? Dann treten Sie jugend+musik bei. Der 1999 gegründete Verein unterstützt nationale Projekte zur Förderung des musikalischen Nachwuchses in der Schweiz. Doch Förderung kostet Geld, und dieses ist knapp. So konnte die Fondskommission im Jahr 2008 lediglich 25 000 Franken zur Unterstützung von Projekten vergeben. Vergleicht man dies mit den Subventionen von 60 Millionen Franken für Jugend+Sport, dann bläst die Musikförderung in der Tat aus den letzten Löchern.

Als Mitglied des Vereins jugend+musik leisten Sie mit einem jährlichen Solidaritätsbeitrag von 60 Franken einen wichtigen Anteil zur Förderung der musizierenden Jugend in der Schweiz. Und Sie verhelfen dem Verein durch Ihre Mitgliedschaft zu einer breiteren Mitgliederbasis und damit zu mehr Gewicht bei Politik und Behörden. Einschreibemöglichkeit und weitere Informationen unter: www.jugendundmusik.ch.



ALBERIK-ZWYSSIG-PREIS: KOMPOSITIONSWETTBEWERB FÜR GEISTLICHE CHORMUSIK

Die Stiftung Zwysighaus pflegt das Andenken an die Schöpfer des Schweizer Psalms, Pater Alberik Zwysig und Leonhard Widmer. Sie schreibt einen mit insgesamt 12 000 Franken dotierten Kompositionswettbewerb aus. Es gelten u. a. folgende Bedingungen für Komponist und Werk:

- Schweizer Nationalität oder Niederlassungsbewilligung in der Schweiz
- Werke für einen Gemischten Chor im Volkston
- Geistlicher Text in einer der vier schweizerischen Landessprachen als Grundlage
- Aufführungsdauer zwischen sieben und zwölf Minuten
- Einsendeschluss ist der 31. Dezember 2009

Die ausführlichen Wettbewerbsbestimmungen erhalten Sie bei: Stiftung Zwysighaus, Alberik-Zwysig-Preis, Postfach, 6466 Bauen, oder unter www.suisa.ch.

BIGBAND-KOMPONISTEN GESUCHT

Das Zurich Jazz Orchestra schreibt einen Kompositionspreis für Bigband-Literatur aus. Gesucht werden Originalkompositionen für die 17-köpfige Bigband, die weder auf Tonträgern veröffentlicht noch bei anderen Wettbewerben eingereicht wurden. Die Jury besteht aus Rainer Tempel, Frank Sikora und George Gruntz. Die fünf besten der eingereichten Werke werden ausgewählt, einstudiert und Ende 2009 im Zürcher Moods in einer Finalrunde vorgestellt. Einsendeschluss ist der 30. September 2009.

Ab 15. März 2009 ist die Ausschreibung aufgeschaltet unter www.zjo.ch.

Nachruf Géo Voumard

(2.12.1920–3.9.2008)

.....
Eric Mermod

Géo Voumard verstarb am 3. September 2008 im Alter von 87 Jahren. Voumard war Sohn einer Uhrmacherfamilie aus dem Jura. Obwohl er ein Architekturstudium in Biel absolviert hatte, wurde er Musiker. Bereits mit 16 Jahren trat Voumard öffentlich auf, und mit 23 wurde er Pianist/Arrangeur im Orchester von Hazy Osterwald. Mit seinem eigenen Trio, gegründet 1948, führten ihn mehrere Tourneen durch die Schweiz und ganz Europa. Radio Lausanne, das später zu Radio Suisse Romande (RSR) wurde, engagierte Voumard im Jahr 1952 als Pianisten, Komponisten und Arrangeur. 1966 wurde er Verantwortlicher der Abteilung «variétés, divertissement, animation et jazz». Von 1969 bis 1983 war er Chef der Abteilung «animation et divertissement».

Seinen wohl grössten Erfolg als Komponisten feierte Voumard mit dem Sieg am ersten Grand Prix Eurovision de la Chanson (1956). Gemeinsam mit dem ebenfalls kürzlich verstorbenen Emile Gardaz schrieb er den Hit «Refrain», der von Lys Assia interpretiert wurde. Weiter zählt Voumard zusammen mit Claude Nobs und René Langel zu den Gründern des Montreux Jazz Festivals im Jahr 1967. Nach seinem Abschied bei RSR zog er in die Provence. Die letzten Lebensjahre verbrachte Voumard in der Schweiz.

Ruedi Rymann

(31.1. 1933–10.9.2008)

.....
Ernst Meier

Im Alter von gut 75 Jahren verstarb der musikalische Botschafter Obwaldens, Ruedi Rymann, der mit seiner unverkennbaren Stimme den Innerschweizer Jodel bis nach Kalifornien und Japan gebracht hatte.

Als Interpret des «Schacher Seppli» und der Komposition «der Gemsjäger» feierte er seine grössten Erfolge, die ihm beide goldene Schallplatten einbrachten. 2007 darf für ihn als Glanzjahr der Anerkennung gelten: Der Schacher Seppli wurde vom Schweizer Fernsehen DRS zum grössten Schweizer Hit 2007 gekürt. Weiter wurde ihm in Anerkennung seiner Verdienste um die Volkskultur der Obwaldner Kulturpreis verliehen. Diese Auszeichnung wird nur alle drei bis vier Jahre vergeben.

Der in Sarnen geborene Ruedi Rymann wuchs in Giswil auf, wo er schon früh den dortigen Jodlerklub gründete. Von 1960 bis 1997 war er als Wildhüter im Dienste des Heimatkantons tätig. In der Natur der Bergwelt entstanden viele Jodellieder und «Juiz». Seine Jodeltechnik, welche Leichtigkeit in allen Tonlagen und Wohlklang in sich vereinigte, brachte ihm in Jodlerkreisen die höchste Anerkennung ein. Zahlreiche Ehrenmitgliedschaften in Jodlerverbänden zeugen davon.

Ruedi Rymann bleibt uns als Persönlichkeit mit Schalk, Humor und natürlicher Ausstrahlung in Erinnerung. Seine Begeisterungsfähigkeit war ansteckend, so führen einige junge Leute seine Jodeltradition weiter.

WIE KOMME ICH ZU KONZERT-VERGÜTUNGEN AUS DEUTSCHLAND?

Erika Weibel/Roman Varisco



Michael von der Heide bei einem Auftritt im Berliner Club NBI im Herbst 2008.

Die GEMA kennt zwei Abrechnungsverfahren für Konzerte. Wer eine möglichst hohe Entschädigung für seine in Deutschland aufgeführten Werke erhalten will, sollte die wichtigsten Bedingungen kennen.

Die GEMA unterscheidet zwei Abrechnungsverfahren: zum einen das PRO-Verfahren bei Pauschalinkasso und Anlässen mit Bruttoeinnahmen unter 750 Euro, zum andern die Netto-Einzelverrechnung (auch Direktverrechnung genannt) bei Veranstaltungen im Bereich der U-Musik, mit GEMA-Bruttoeinnahmen (Inkasso der Urheberrechtsvergütung) ab 750 Euro pro Veranstaltung. Dies ist neu, galt doch bis Ende 2008 eine Verrechnungsgrenze von 1022,58 Euro.

Nachfolgend stellen wir die Unterschiede der GEMA-Abrechnungsverfahren detaillierter vor.

Das PRO-Verfahren

Das so genannte PRO-Verfahren wird einerseits bei Kunden der GEMA angewendet, die während des ganzen Jahres Konzerte in möglichst vielen Regionen von Deutschland organisieren. Andererseits kommt das Verfahren bei Konzerten in Clubs zur Anwendung, falls die Bruttoeinnahmen der GEMA pro Konzert weniger als 750 Euro betragen.

Für eine Auszahlung nach dem PRO-Verfahren wird zunächst die Anzahl Aufführungen eines Werkes gezählt, die durch eingereichte Programme belegt ist. Berücksichtigt werden weiter in einem zweiten Schritt Aufführungen, die nicht durch Programme belegt sind. Derzeit geht die



Grundsätzlich fahren Schweizer Urheber mit der Netto-Einzelverrechnung der GEMA besser.

GEMA von einem Faktor 1 zu 7 aus (Aufführungen mit Programm vs. Aufführungen ohne Programm). Der für dieses Verfahren massgebende PRO-Faktor wird ausserdem beeinflusst durch die Verteilung der Aufführungsorte auf die zwölf Verwaltungsbezirke der GEMA und die Verteilung der Aufführungszeiten auf die Kalendermonate. Für den Urheber ist es von Vorteil, wenn sein Repertoire während möglichst des ganzen Jahres und zudem in den verschiedensten Regionen Deutschlands aufgeführt wird.

Nähere Erläuterungen zum PRO-Verfahren finden Sie im Verteilungsplan der GEMA (vgl. www.gema.de/urheber/finanzen/der-aktuelle-verteilungsplan/).

Netto-Einzelverrechnung

Netto-Einzelverrechnung bedeutet, dass die GEMA ihre Nettoeinnahmen aus einem Konzert vollumfänglich auf die aufgeführten Werke verteilt, abzüglich der Verwaltungskosten und des Abzugs von 10 Prozent für soziale und kulturelle Zwecke. Bei Veranstaltungen im Bereich der U-Musik mit Bruttoeinnahmen (Inkasso) ab 750 Euro erfolgt die Netto-Einzelverrechnung automatisch. Diese Verrechnungsart kann jedoch auch beantragt werden, wenn die Bruttoeinnahmen der GEMA aus einer Veranstaltung unter 750 Euro liegen. Im Falle des Auftritts von Haupt- und Vorgruppen wird jedoch ausschliesslich das Programm der Hauptgruppe nach der Netto-Einzelverrechnung abgerechnet. Der Vorgruppe ist es nicht möglich, einen Antrag auf Direktverrechnung zu stellen.

Bedingungen für die Netto-Einzelverrechnung

Liegen bei einer Einzelveranstaltung die Bruttoeinnahmen der GEMA unter 750 Euro, können die Rechtsinhaber unter folgenden Voraussetzungen einen Antrag auf Anwendung der Netto-Einzelverrechnung stellen:

1. Das Programm enthält mindestens 80% Werke der (des) Antrag stellenden Rechteinhaber(s).
2. Es dürfen keine weiteren Gruppen aufgetreten sein.
3. Der Veranstalter bestätigt die Vollständigkeit des Programms mittels des GEMA-Formulars «Musikfolge für eine Einzelveranstaltung bei Netto-Einzelverrechnung». (www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/)
4. Der «Antrag auf Netto-Einzelverrechnung» wird von allen Rechteinhabern gemeinsam gestellt, d. h. sämtliche Miturheber und Verleger unterschreiben. (www.gema.de/urheber/formular-schnellsuche/)
5. Der Antrag liegt der GEMA innerhalb von drei Monaten nach der Veranstaltung vor.

Fazit

Ob für einen Urheber das PRO-Verfahren oder die Netto-Einzelverrechnung lukrativer ist, muss im Einzelfall entschieden werden.

Grundsätzlich kann man jedoch davon ausgehen, dass Schweizer Urheber mit der Anwendung der Netto-Einzelverrechnung besser fahren, falls ihre Werke während

eines Jahres in einer begrenzten Anzahl in Deutschland aufgeführt werden. Sind alle Bedingungen der Netto-Einzelverrechnung erfüllt, verteilt die GEMA ihre Einnahmen (nach Abzug des jährlich ermittelten Aufwendungssatzes und 10 Prozent für soziale und kulturelle Zwecke) direkt auf die aufgeführten Werke.

Wir empfehlen deshalb zu klären, ob der Anlass mehr oder weniger als 750 Euro Urheberrechtsvergütung erzielt bzw. ob die Bedingungen für eine automatische Direktverrechnung pro Werk erfüllt sind oder nicht. Liegt die Vergütung an die GEMA unter 750 Euro, so sollten die Formulare «Musikfolge für eine Einzelveranstaltung bei Netto-Einzelverrechnung» und «Antrag auf Netto-Einzelverrechnung» rechtzeitig und komplett ausgefüllt der GEMA zugestellt werden.

Hinweis

Bei gewissen Arten von Veranstaltungen erfolgt die Nettoeinzelverrechnung automatisch, sofern alle abrechnungsrelevanten Voraussetzungen erfüllt sind. Dies gilt etwa für die Aufführung von Improvisationen oder Konzerte an Hochschulen, Schulen und anderen Bildungsanstalten. Detaillierte Hinweise über weitere betroffene Aufführungsarten finden sich im Verteilungsplan der GEMA, S. 307.

MUSIKHANDYSTEUER? URHEBERENTSCHÄDIGUNG!

Martin Wüthrich

Die SUISA fordert eine Urheberrechtsvergütung auf Musikhandys. Und stösst bei Industrievertretern auf erbitterten Widerstand. Auch mit Medienschelte ist einmal mehr zu rechnen. Margenoptimierung auf Kosten der Kunstschaffenden? Nicht mit uns.

Derzeit wird in vielen Ländern Europas eine Urheber-Entscheidung auf Musikhandys eingefordert oder diskutiert. Alle beteiligten Staaten haben etwas gemeinsam: Den Konsumenten ist es erlaubt, (musikalische) Werke für den Privatgebrauch zu kopieren. Im Gegenzug wird auf die so genannten Leerträger – CDs, DVDs oder Harddisks, auf denen diese Werke gespeichert werden – eine Vergütung erhoben. Dieses System ist transparent, fair und be-

zahlte für etwas, was er gar nicht nutze. Alles werde teurer, und das Geld versickere im (ineffizienten) Apparat der Urheberrechtsgesellschaften. Stimmt das wirklich?

Es stimmt, dass in der Schweiz jedermann ein von ihm gekauftes musikalisches Werk nicht nur hören, sondern auch für die Familie und den engen Freundeskreis kopieren darf. Es stimmt auch, dass die Komponisten, Textautoren und Verleger dafür zu entschädigen sind. Es stimmt weiter, dass sich die zum Speichern und Kopieren von Musik genutzten Medien rasant entwickeln und dass ständig neue auf den Markt kommen. Es stimmt zudem, dass diese Geräte auch mit der Leerträgervergütung laufend billiger und die Speicher laufend grösser werden. Es stimmt, dass der Verwaltungskostensatz für diesen Tarif 10 Prozent beträgt. Und es stimmt schliesslich, dass die SUISA die Leerträgervergütung auf diese neuen Medien ausdehnen muss, wenn sie ihren Auftrag im Namen der Urheber ernst nimmt.

Der Fall iPod versus iPhone

Besonders einleuchtend zeigt dies das Beispiel des populären iPhone. Seit rund eineinhalb Jahren erhebt die SUISA nach einem Beschluss des Bundesgerichts endlich eine Vergütung auf Speicher in iPods und ähnlichen Geräten. In der Zwischenzeit jedoch ist das iPhone auf dem Markt, das sich vom iPod touch nur darin unterscheidet, dass man damit telefonieren und auf ein separates Handy also verzichten kann. Bereits sind in der Schweiz über

200 000 iPhones verkauft worden. Studien zeigen: Das iPhone ersetzt den iPod als Musikspeicher – es gibt keinen Grund mehr, ein separates Gerät fürs Musikhören zu kaufen. Wer ein Musikhandy kauft, hat sozusagen den Fünfer und das Weggli. Längst sind andere Hersteller wie Nokia oder Sony Ericsson auf den Zug aufgesprungen und bewerben ihre Handys als reine Musikplayer, bei denen das Telefonieren nur eine Nebenfunktion ist.

Margenoptimierung auf Kosten der Kunstschaffenden

Wenn sich nun also die Industrie – allen voran die Telefonimporteure – weigert, Musikhandys gleich zu behandeln wie iPods, dann dient das nur einem Zweck: die eigene Marge zu optimieren und die Einführung des Tarifs zu verzögern. Dabei gehen einmal mehr diejenigen leer aus, die das Geschäft mit der Unterhaltungselektronik erst ermöglichen. Ohne Musik gibt es keinen Bedarf für Musikhandys, ohne Urheber verdient niemand Geld mit iPod oder iPhone.

Zum Schluss noch die baren Fakten: Für den Musikhandytarif gilt ein Ansatz von 0,80 Franken pro GB: Für ein iPhone mit 8 GB Speicher beträgt die Entschädigung bei einem Kaufpreis von 839 Franken (ohne Abo) also 6.40 Franken. Mit anderen Worten: 0,75 Prozent der massiven Wertschöpfung gehen an diejenigen, die mit ihrer Arbeit erst eine Nachfrage nach Musikhandys schaffen. Wir denken, das sollte uns die Musik wert sein, die wir gern hören. ■

Ich bin ein iPhone.

Ich bin ein iPod Touch.

währt. Es bewahrt die Privatsphäre der Konsumenten, und es sorgt mit verhältnismässig wenig Aufwand für eine finanzielle Kompensation der Rechteinhaber. So weit, so gut.

Dennoch: Trifft die Vergütung eine breitere Bevölkerungsschicht oder bestimmte (Industrie-)Kreise, so kommt es zu einem Wehklagen. Der Konsument werde geschröpft, heisst es dann etwa, und er be-

TERMINE

POPKOMM 2009 IM HERZEN BERLINS

Die Popkomm zieht ins Zentrum Berlins, in die Hallen des ehemaligen Post-Depots «Station Berlin» in der Nähe des Potsdamer Platzes. Damit ist die Popkomm näher am Puls der Stadt und vor allem näher bei der Kulturbrauerei, dem Zentrum des Popkomm-Festivals.

Als Aussteller an die Popkomm

In Zusammenarbeit mit IFPI Schweiz bieten die SUISA und die SUISA-Stiftung für Musik den Schweizer Musikverlegern und -produzenten die Möglichkeit, sich zu einem Vorzugspreis als Aussteller an der Popkomm zu präsentieren. Auskünfte und Anmeldeunterlagen erhalten Sie bei Claudia Kempf, Tel: 044 485 65 25, claudia.kempf@suisa.ch.

Popkomm-Festival – jetzt bewerben

Bands, Musiker, Label, Verlage, Managements, Booker und Verbände können sich über Sonicbids elektronisch fürs Festival bewerben. Die Popkomm hat keine festgelegten musikalischen Stilrichtungen. Die Bewerbung läuft bis zum 17. Mai 2009. Informationen zu Programm, Clubs, Bewerbung und Partnern gib es bei: Dirk Schade, Festival Manager, E-Mail: d.schade@messe-berlin.de.

Popkomm, Berlin: 16.–18.9.2009 www.popkomm.de

WOMEX 2009 ERSTMALS IN KOPENHAGEN

Die Womex ist die Fachmesse für Welt-, Folk-, traditionelle sowie ethnische Musik. Alle drei Jahre zieht die Womex an einen neuen Ort: In diesem Jahr findet sie erstmals in Kopenhagen, Dänemark, statt.

Präsentieren Sie sich an der Womex

Die SUISA-Stiftung für Musik und Pro Helvetia organisieren wiederum einen Schweizer Gemeinschaftsstand. Sind Sie an einer Messeteilnahme interessiert? Wenden Sie sich an: Claudia Kempf, Tel: 044 485 65 25, claudia.kempf@suisa.ch.

Können Sie selber nicht an der Messe teilnehmen? Schicken Sie uns Ihr Promomaterial. Wir legen es gerne am Stand auf.

Womex-Showcases – Bewerbung läuft

Auf der Womex-Website finden Sie alle Informationen zum Auswahlverfahren. Das Anmeldeformular inkl. Musikproben sind bis zum 17. April 2009 einzureichen.

Womex, Kopenhagen: 28.10.–1.11.2009 www.womex.com

WICHTIGE TERMINE

26.–28.3.2009	m4music, Zürich	16.–18.9.2009	Popkomm, Berlin
1.–4.4.2009	Musikmesse Frankfurt	28.10.–1.11.2009	Womex, Kopenhagen
23.–26.4.2009	Jazzahead, Bremen		
20.6.2009	SUISA-GV in Bern	24.–27.1.2010	Midem, Cannes

ABRECHNUNGEN 2009

Anfang April

- Abrechnung 2009, 1. Abrechnung aus dem Ausland
- Ausführungs- und Senderechte 2009, 1. Abrechnung

Ende Mai

- Vervielfältigungsrechte 2009, 1. Abrechnung
- Musikdosen, Ton- und Tonbildträger
- Videokassetten/Online-Nutzungen (Tarife PA, PI, PN, VI, VM, VN)
- aus dem Ausland Vervielfältigungsrechte 2009, 1. Abrechnung

10. Juni 2009

- Abrechnung 2009
- Aufführungs-, Sende- und RTV-Rechte (SRG 1. Abrechnung)

Ende Juni

- zentrale Lizenzierung 2009
- 1. Abrechnung

3. Juli 2009

- Verlegerfürsorge inkl. Hauptabrechnung 2009

10. Juli 2009

- Renten-Urheberfürsorge

Mitte September

- aus dem Ausland Aufführungs- und Senderechte 2009, 2. Abrechnung

Ende September

- Ausführungsrechte Tonbildträger 2009 (Tarife T/Y)
- Abrechnung 2009, 2. Abrechnung

Mitte Oktober

- Vervielfältigungsrechte 2009, 2. Abrechnung Musikdosen, Ton- und Tonbildträger Videokassetten, Online-Nutzungen (Tarife PA, PI, PN, VI, VM, VN)

Ende Oktober

- Leerträgervergütung (GT4) 2009
- Verleger-Anteile Kabelnetze 2009

Mitte November

- aus dem Ausland Vervielfältigungsrechte 2009, 2. Abrechnung

Ende November

- zentrale Lizenzierung 2009
- 2. Abrechnung

Mitte Dezember

- Sende- und RTV-Rechte SRG inkl. Film, 2. Abrechnung