

Stellungnahme

< November 2025 >

Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming

Zusammenfassung

Der Endbericht der Studie »Vergütung im deutschen Markt für Musikstreaming«, gefördert durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien und in der 20. Legislaturperiode beauftragt, wird derzeit im Kulturausschuss mit Blick auf den Koalitionsvertrag der 21. Legislaturperiode diskutiert. Hierzu wollen wir als Digitalverband, der die wesentlichen Musikstreaminganbieter vertritt, eine kurze Einschätzung geben.

Die öffentlichen Stellungnahmen griffen meist bestimmte Ergebnisse der Studie heraus, vor allem zur Unzufriedenheit der Musikschaaffenden mit ihren Einnahmen. Damit bleibt die Vielschichtigkeit der tatsächlichen Studienergebnisse weitgehend unbeachtet. So zeigt sie z. B. auch, dass inzwischen **mehr als doppelt so viele** Menschen mit Musik Einnahmen über dem Grundfreibetrag erzielen als im Jahr 2002. Gleichzeitig gibt es auf dem Markt ungleich mehr Kreative als 2002, die um die Einnahmen konkurrieren. Dank Streamings ist der Zugang zu dem Markt nunmehr für praktisch jede:n eröffnet, und der Zugang wird nicht mehr in gleicher Weise von den Major Labels bestimmt.

Insgesamt verdeutlicht die Studie, dass der **Musikstreamingmarkt sich positiv entwickelt** und bereits auf vielfältige Weise auf die Bedürfnisse der Kreativen reagiert. Bestehende Herausforderungen liegen weniger in strukturellen Defiziten der Musikstreaminganbieter, die z.B. generell ihre Preise in den vergangenen Jahren mehrmals erhöht haben, sondern in der **Komplexität der gesamten Wertschöpfungskette**. Schwierigkeiten bei der Bewertung der Studie ergeben sich dadurch, dass eine Vielfalt an Begriffen verwendet wird, die unterschiedliche und schwer abgrenzbare Personengruppen beschreiben (Musikschaaffende im Vergleich zu ausübenden Künstlern, Urhebern, Produzenten), womit der Vergleichspunkt nicht immer eindeutig ist.

Vor diesem Hintergrund erscheint es derzeit sachgerecht, die laufenden Entwicklungen in der Branche zu beobachten und auf Kooperation und Weiterentwicklung zu setzen,

Heute erzielen mehr
als doppelt so viele
Musikschaaffende
Einnahmen über dem
Grundfreibetrag wie im
Jahr 2002

statt vorschnell neue Regulierungsmechanismen einzuführen. Den Streaminganbietern selbst ist sehr an der Zufriedenheit der Kreativen gelegen, da ohne deren Wohlergehen kein Angebot bestünde.

Streaming als Erfolgsfaktor des Musikmarkts

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Musikstreaming **wesentlich zum Wiedererstarken des Musikmarktes beigetragen** hat. Der Markt wächst, **Piraterie ist sehr stark zurückgegangen**, und insbesondere auch **nationale Musik** verzeichnet **deutlich höhere Umsätze** als noch vor einigen Jahren. Durch digitale Vertriebsformen haben heute mehr Kreative die Möglichkeit ihre Musik ihren Fans direkt zugänglich zu machen als je zuvor. Gleichzeitig haben Kund:innen einen rechtssicheren Zugang zu großen Katalogen, was ursächlich für den Rückgang der Piraterie ist und neue Möglichkeiten für Musikschafter eröffnet, ein breiteres Publikum zu erreichen.

Die Studie belegt, dass sich die **Zahl der Personen, die mit Musik Einnahmen oberhalb des Grundfreibetrags erzielen, seit 2002 mehr als verdoppelt** hat. Gleichzeitig hat sich die Zahl der (von der Studie sehr weit definierten) Musikschafter aufgrund der geringen Eintrittsschwellen in den Streamingmarkt immens erhöht, was zu größerem Wettbewerb führt. Diese Dynamik ist Ausdruck eines offenen und zunehmend vielfältigen Marktes.

Transparenz als fortlaufender Prozess

Die **Transparenz in der Vergütungskette hat sich in den letzten Jahren deutlich verbessert**. Viele Plattformen stellen heute umfangreiche Informations- und Analysetools bereit, anhand derer die Musikschafter über ihre Accounts eine detaillierte Datenbasis haben, anhand derer sie ihren Erfolg aus dem Streaming nachvollziehen können. Die Nachvollziehbarkeit von Einnahmen hängt oft aber auch von den **Vertragsbeziehungen zwischen Kreativen und Rechteinhabern** ab. Hier handelt es sich um eine branchenweite Herausforderung, die im Rahmen bestehender Strukturen weiterentwickelt werden kann, bei der insbesondere auch die Verwertungsgesellschaften nicht ausgenommen werden können.

Superstareffekt und alternative Vergütungsmodelle

Die Studie zeigt, dass der Superstar-Effekt inzwischen gegenüber dem physischen Markt angestiegen ist. Dies lässt sich durch die große Anzahl von Musikschaftern mit sehr geringen Umsätzen, vor allem von Self-Releasing-Artists, erklären, die im physischen Markt nicht präsent waren. Gleichzeitig waren **Superstareffekte schon immer präsent im Musikmarkt wie auch in der sonstigen Unterhaltungsindustrie**.

Die Tatsache lässt sich aber eben auch mit den Vorlieben der Verbraucher erklären; der breite Zugang führt nicht unbedingt zu einem veränderten Hörverhalten und die mediale Einschätzung von Musik als künstlerisch besonders wertvoll führt in vielen Fällen nicht zu stark erhöhten Streamingzahlen.

In dem Zusammenhang werden **alternative Vergütungsmodelle** untersucht, insbesondere das nutzerzentrierte Modell, welches vor allem von Musikschaaffenden in die Diskussion gebracht wird. Alternative Vergütungsstrukturen seitens der Streamingplattformen führen nicht zu einer unmittelbar höheren Vergütung der Musikschaaffenden insgesamt, sondern lediglich zu einer Umverteilung. Das zeigt auch die Studie, die hervorhebt, dass es bei allen Modellen Gewinner und Verlierer geben wird. Es bleibt hier jedoch zu betonen, dass die Musikstreamingdienste keinen Einfluss darauf haben, ob und in welchem Umfang die von ihnen geleisteten Zahlungen an die Kreativen weitergegeben werden. Eine Lösung, mit der alle Musikschaaffenden im stark umkämpften Markt zufrieden wären, ist derzeit nicht in Sicht.

Die Studie hatte keinen ausreichenden Zugang zu Daten, sodass nutzerzentrierte Vergütungsmodelle bislang nicht abschließend bewertet werden können. Neben offenen Fragen zur tatsächlichen Wirkung auf die Ausschüttungen an Musikschaaffende, könnten die dafür notwendigen zusätzlichen Datenprozesse mit erheblichem technischem und administrativem Aufwand verbunden sein. Solche Systeme wären dann nur unter hohem Kostenaufwand umzusetzen; Kosten, die wie Transaktionskosten im Rahmen der angemessenen Vergütung berücksichtigt werden müssten, und somit ggfs. einen Effekt auf die Ausschüttungen haben könnten.

Schlussfolgerungen

Streaming hat die Musikindustrie zweifellos belebt, und wesentlich das Wachstum angetrieben. Die Einnahmen von Kreativen sind in den letzten Jahren gestiegen, wie auch das deutsche Repertoire immer erfolgreicher geworden ist. Doch darüber, wie eine gerechte Verteilung der erzielten Einnahmen aussieht, besteht Uneinigkeit. Forderungen nach höheren Auszahlungen durch die Musikstreaminganbieter greifen dabei zu kurz, da sie die strukturellen Probleme des gegenwärtigen Vergütungs- und Rechtemanagements verkennen. Die Musikstreaminganbieter, die ihre Preise generell bereits mehrmals erhöht haben, sind **schlussendlich auch an die Zahlungsbereitschaft der Endkunden gebunden, die endlich ist**, was das frühere Ausmaß von Musikpiraterie zur Folge hatte. Die Zufriedenheit der Verbraucher ist am Ende entscheidend für das Auskommen der Musikschaaffenden und damit nicht außer Acht zu lassen.

Für eine weitere Bewertung wären klarere Begriffsdefinitionen (die Studie betrachtet teils alle Musikschaaffenden, teils unterschiedliche Teilgruppen), eine detaillierte Aufschlüsselung der Einkommensquellen und Rollen sowie plattformübergreifende Vergleiche entscheidend, um die komplexen Dynamiken des Musikmarktes besser zu verstehen.

Basierend auf dem Rechtsgutachten empfiehlt die Studie, § 32e UrhG zu erweitern sowie eine zentrale Streaming-Transparenzstelle einzurichten. Die Ausgestaltung einer solchen ist jedoch völlig unklar; insbesondere ist nicht klar, welche Daten diese gegenüber den jetzt schon von den Streamingplattformen bereitgestellten Daten hätte. Bevor ein bürokratisches und kostspieliges neues Instrument eingeführt wird, müssen die derzeit bestehenden Möglichkeiten untersucht werden.

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie generieren in Deutschland gut 200 Milliarden Euro Umsatz mit digitalen Technologien und Lösungen und beschäftigen mehr als 2 Millionen Menschen. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig, kreieren Content, bieten Plattformen an oder sind in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 82 Prozent der im Bitkom engagierten Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 8 Prozent kommen aus dem restlichen Europa und 7 Prozent aus den USA. 3 Prozent stammen aus anderen Regionen der Welt. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem leistungsfähigen und souveränen Digitalstandort zu machen.

Herausgeber

Bitkom e.V.

Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Ansprechpartner

Friederike Michael, Referentin Digital Content & Recht

T 030 27576099

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Content & Licensing

Copyright

Bitkom 2025

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.