

Urs Pfeiffer

Vom Notendrucker zum Rechtemakler
Die Entwicklung des modernen Musikverlags

© Tectum Verlag Marburg, 2011

ISBN: 978-3-8288-2806-3

Umschlagabbildung: photocase.com © ringo

Umschlaggestaltung: Norman Rinkenberger | Tectum Verlag

Druck und Bindung: CPI buchbücher.de, Birkach

Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de



Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

INHALT

I INHALTSVERZEICHNIS

II ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

III ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	11
1.1	Ausgangssituation und Problemstellung	13
1.2	Hintergrund und Zielsetzung der Arbeit	17
1.3	Vorgehensweise, Aufbau und Methodologie der Untersuchung.....	18
1.4	. Thematische Eingrenzung	19
2	GESCHICHTLICHE ENTWICKLUNG DES MUSIKVERLAGSWESENS	21
2.1	Der Notendruck – Die Anfänge der Musikverlage	22
2.2	Rundfunk, Schallplatte und Co. – Die Zeit der elektroni- schen Medien und der erste Umbruch im Musikverlagswesen	26
2.3	Die Differenzierung in Unterhaltungsmusik und ernsthafte Musik	30
2.4	Das Urheberrecht in der Musikwirtschaft	32
2.4.1	Geschichtliche Entwicklung des deutschen Urheberrechts	33
2.4.2	Urheberrechtsschutz, Leistungsschutz und Urheberpersönlichkeitsrechte	37
2.4.3	Verwertungsgesellschaften in der Musikwirtschaft	39
2.4.3.1	Geschichtliche Entwicklung der GEMA	42
2.4.3.2	Die Aufgaben der GEMA	44
3	DER MUSIKVERLAG HEUTE – DAS MODERNE VERLAGSWESEN.....	47
3.1	Der Musikverlag im Geflecht der Musikindustrie	47
3.1.1	Die Stakeholder des Musikverlags	49

3.1.2 Wichtige Vertragsarten im Musikverlagswesen	50
3.1.2.1 Musikverlagsvertrag.....	52
3.1.2.2 Autorenexklusivvertrag.....	54
3.1.2.3 Editionsvertrag	55
3.1.2.4 Co-Verlagsvertrag.....	56
3.1.2.5 Administrationsvertrag.....	56
3.1.2.6 Subverlagsvertrag	57
3.1.2.7 Künstlervertrag	58
3.1.2.8 Bandübernahmevertrag	59
3.1.3 Die Wertschöpfungskette der Musikverlag in der Musikindustrie	60
3.1.3.1 Die klassische Wertekette der Musikindustrie.....	60
3.1.3.2 Die digitale Wertekette der Musikindustrie	61
3.1.3.3 Die Wertschöpfungskette des Musikverlags	63
3.2 Aufgaben und Handlungsfelder des modernen Musikverlags.....	65
3.2.1 Das Notengeschäft	67
3.2.2 Verwaltung und Vergabe von Nutzungs- und Verwertungsrechten	71
3.2.3 Administrative Aufgaben	77
3.2.4 Song Exploitation – Song Plugging	79
3.2.5 Weitere Aufgaben und Zusammenfassung	80
4 AUSBLICK UND PERSPEKTIVEN	85
4.1 Neue Verwertungsmöglichkeiten für Musik	85
4.2 Weitere Perspektiven für die Musikverlagswirtschaft.....	89
4.3 Zusammenfassung	91
5 RESÜMEE / FAZIT	95
 IV ANHANG	
 V LITERATUR- / QUELLENVERZEICHNIS	