

TARIF RADIO

Nutzung von Werken des GEMA-Repertoires durch Veranstalter von **HÖRFUNK**
(alle Sendarten ohne Premium-Radio)

- Nettobeträge zuzüglich z. Zt. 7% Umsatzsteuer -

I. VERGÜTUNG

1. Regelvergütung

Die Regelvergütung besteht aus einem prozentualen Beteiligungssatz an den sendungsbezogenen Einnahmen des Hörfunkveranstalters in Abhängigkeit des jeweiligen Musikanteils des Gesamtprogramms. Er berechnet sich nach folgender Formel: Höchstsatz 7,5% für 100% Musikanteil, dividiert durch 100, multipliziert mit dem Musikanteil des Programms = Vergütungssatz

Beispiel bei 78% Musikanteil: $7,5 / 100 \times 78 =$ Vergütungssatz 5,85%.
Die Vergütungssätze werden auf 2 Nachkommastellen gerundet.

2. Mindestvergütung

a. Die monatliche Mindestvergütung berechnet sich nach dem weitesten Hörerkreis. Sie beträgt für die Sendung des Programms

- ohne Programm begleitende Onlinenutzungen: EUR 0,0102 je Hörer
- inklusive Programm begleitende Onlinenutzungen: EUR 0,01224 je Hörer

b. Sendezeit

Beträgt die Sendezeit weniger als 24 Stunden täglich und/oder 7 Tage pro Woche, so ermäßigt sich die Vergütung im Verhältnis entsprechend, es werden jedoch mindestens 42 Stunden pro Woche zugrunde gelegt.

Die Sendezeiten werden jeweils auf volle Stunden aufgerundet.

c. Musikanteil

Der Musikanteil wird wie unter Ziff. II. 7. ermittelt und in Einer-Stufen berücksichtigt. Enthält das Programm weniger als 100 Prozent Musikanteil, so ermäßigt sich die Vergütung entsprechend.

- d. Als Mindestbetrag sind monatlich EUR 32,50 zu zahlen bzw. EUR 40,00 inklusive Programm begleitende Onlinenutzung. Von diesem Betrag werden keine Abzüge vorgenommen (z. B. Gesamtvertragsrabatt).

3. Einräumung eines Nachlasses

Den Mitgliedern von Nutzervereinigungen, mit denen die GEMA einen Gesamtvertrag im Sinne von § 35 VGG geschlossen hat, wird nach Maßgabe der Bestimmungen des Gesamtvertrages bei Einhaltung aller Vertragspflichten vorbehaltlich Ziff. I. 2. d. ein Gesamtvertragsnachlass von 20% auf die Vergütungssätze eingeräumt.

II. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

1. Anwendungsbereich

Hörfunk im Sinne dieses Tarifes ist die Sendung in Form eines linearen Programms, d.h. eine nach einem Sendeplan¹ zeitlich geordnete, zum zeitgleichen Empfang an die Öffentlichkeit gerichtete Folge von Inhalten bezogen auf die Gesamtsendezeit (z. B. das 24-Stunden-Programm), und welches keine interaktiven Möglichkeiten für den Hörer vorsieht (zum Beispiel „Pause“, „Titel überspringen“).

Der Tarif umfasst alle technischen Sendearten, wie zum Beispiel die terrestrische, kabelgebundene und satellitäre Sendung, die Sendung im Internet oder über Mobilfunk-Datennetze.

Ausgenommen sind alle Radiodienste, die unter den Anwendungsbereich des Tarifes Premium-Radio fallen.

2. Rechteeinräumung

- a. Der Tarif findet unter der Voraussetzung Anwendung, dass die Rechteeinräumung der GEMA vor Beginn der Nutzung durch Abschluss eines entsprechenden Einzelnutzervertrages erworben wird.

- b. Die Einwilligung erstreckt sich auf die Nutzung folgender Rechte:

aa. lineare Sendung

- Das Recht zur Sendung von Werken des GEMA-Repertoires im Rahmen des eigenen Sendebetriebs auf die jeweils vom Lizenznehmer selbst genutzten technischen Sendearten. Das Senderecht wird unabhängig von der verwendeten Übertragungstechnik und unabhängig von dem verwendeten Endgerät eingeräumt.
- Das Vervielfältigungsrecht von Werken des GEMA-Repertoires für eigene Sendezwecke.

bb. Programm begleitende Onlinenutzungen

- Das Recht, Werke des GEMA-Repertoires in Datenbanken, Dokumentationssystemen, in Speicher ähnlicher Art und Wiedergabevorrichtungen einzubringen (Vervielfältigungsrecht).
- Das Recht, Werke des GEMA-Repertoires, die in Datenbanken, Dokumentationssystemen oder in Speichern ähnlicher Art (zum Beispiel Serverrechner) eingebracht sind, elektronisch oder in ähnlicher Weise an die Endnutzer zugänglich zu machen (Recht der öffentlichen Zugänglichmachung gemäß § 19a UrhG).
- Das Recht, den Endnutzern im Falle eines Angebots zum Download zu ermöglichen, die Werke des GEMA-Repertoires auf ein Endgerät des Endnutzers herunterzuladen (Vervielfältigungsrecht) beziehungsweise im Falle von Streaming-Angeboten auf einem Wiedergabemedium wahrnehmbar zu machen.

- c. Für die Nutzung dramatisch-musikalischer Werke des Großen Rechts sowie für die Benutzung eines Werkes zu Werbezwecken ist die Einwilligung in jedem Fall gesondert beim Berechtigten einzuholen.

¹ Umfasst sind von Software generierte Sendefolgen, sofern die Parameter von natürlichen Personen bestimmt werden.

3. Lizenzierung von Pay-Radio

- a. Im Hinblick auf das von ihr verwaltete Repertoire räumt die GEMA einfache Nutzungsrechte jeweils an die Werknutzer ein.
- b. Wird ein Hörfunkprogramm als Pay-Radio über eine oder mehrere so genannte Vermarktungsplattformen verbreitet und werden die Einnahmen aus Pay-Radio zwischen dem Betreiber einer Vermarktungsplattform (dem Vermarkter von Pay-Radio-Programmen gegenüber dem Endkunden, nachfolgend „Vermarkter“²) und den Content-Lieferanten aufgeteilt, so leisten sowohl der jeweilige Vermarkter als auch die Content-Lieferanten jeweils in Bezug auf ihre eigene Erlösbeteiligung Zahlungen an die GEMA. Jeder Beteiligte muss jeweils seine eigenen Einnahmen an die GEMA abrechnen. Die Rechteeinräumung erfolgt für jedes Programm erst dann, wenn sowohl der Content-Lieferant als auch sämtliche Vermarkter, die das Programm vermarkten, einen entsprechenden Lizenzvertrag mit der GEMA abgeschlossen oder die vollständige Vergütung nach dem Tarif Radio entrichtet haben. Eingeräumte Rechte erlöschen automatisch, sobald das Programm über eine Vermarktungsplattform verbreitet wird, deren Betreiber keinen entsprechenden Lizenzvertrag mit der GEMA abgeschlossen oder nicht die vollständige Vergütung nach dem Tarif Radio entrichtet hat bzw. ein abgeschlossener Lizenzvertrag beendet oder die Zahlung der vollständigen Vergütung verweigert wird. Für den Fall, dass einer oder mehrere der Beteiligten sich dem notwendigen Vertragsschluss oder der Zahlung der vollständigen Vergütung nach dem Tarif Radio verweigert bzw. verweigern, zumindest einer der Beteiligten jedoch den Vertrag abschließt und sich vertragskonform verhält, wird die GEMA die Ausstrahlung des entsprechenden Programms bzw. der entsprechenden Programme dulden.

4. Räumlicher Geltungsbereich

Die Nutzung der in Ziff. 2 und 3 genannten Rechte ist beschränkt auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Die Sendung über Satellit umfasst den gesamten Direktempfangsbereich, sofern der Satellitenuplink i. S. v. § 20 a Absatz 3 UrhG von Deutschland aus geschieht.

Hinsichtlich Programm begleitender Onlinenutzungen ist dies der Fall, wenn das Online-Angebot von Deutschland von einem nationalen Anbieter aus betrieben wird. Dies ist der Fall, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

- Entweder der Hauptsitz des Anbieters befindet sich in Deutschland, hilfsweise die Mehrheit der Mitarbeiter ist in Deutschland tätig oder die Buchprüfung findet in Deutschland statt („economic residence“)
- oder das Sammeln der Nutzerdaten und die Buchführung erfolgt in Deutschland sowie das Unternehmen ist für Steuerzwecke in Deutschland registriert. Im Zweifelsfall ist der steuerrechtlich relevante Sitz des Unternehmens ausschlaggebend („principal place of operation“).
- Der Dienst wird in deutscher Sprache angeboten.

² Bei der zeitgleichen Weitersendung von Free-Radio-Programmen gelten bezüglich der von der GEMA wahrgenommenen Rechte der Gemeinsame Tarif Kabelweitersendung bzw. die Regelungen der Gesamtverträge Kabelweitersendung.

5. Ermittlung der Regelvergütung

a. Sendungsbezogene Einnahmen (exkl. USt) nach Ziff. I. 1. sind

- aa. Beitragseinnahmen;
- bb. Werbeeinnahmen (Werbung inkl. Pre-, Mid- und Post-roll-advertisements, Bannerwerbung, Sponsoring und Bartering, inkl. Einnahmen aus Simulcast);
- cc. Einnahmen aus Media for Equity
- dd. Erlöse aus Produktplatzierung / Produktbeistellung;
- ee. Einnahmen aus Pay-Radio;
- ff. Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen;
- gg. Radioshopping;
- hh. Spenden

Ähnliche sendungsbezogene wirtschaftliche Vorteile werden in Höhe des ihnen entsprechenden Wertes berücksichtigt.

Die Einnahmen sind je Programm gesondert zu ermitteln.

b. Vergütung aus Werbeeinnahmen (Werbung inkl. Pre-, Mid- und Post-roll-advertisements, Bannerwerbung, Sponsoring und Bartering, inkl. Einnahmen aus Simulcast)

Die Werbeeinnahmen können vor Ermittlung der Vergütung im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden (Nettowerbeeinnahmen).

Bei Einnahmen aus Bartering ist der Bruttolistenpreis der Werbezeit (exkl. Umsatzsteuer) zugrunde zu legen. Die Einnahmen aus Barteringsgeschäften können im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden.

Liegen die Einnahmen für Bartering nach Vornahme dieser Abzüge unter 10% oder über 25% des Bruttolistenpreises, so werden sie für die Zwecke der GEMA-Abrechnung auf 10% aufgestockt bzw. auf 25% abgesenkt.

Von den Nettoeinnahmen pro Programm aus Werbung, Sponsoring und Bartering ist ein weiterer Abzug für Akquisitionsaufwendungen nach den folgenden Vorgaben zulässig:

- (1) Vermarktung erfolgt durch große Handelsvertreter / Vermarktungsorganisation (50 Mio. EUR Gesamtumsatz exkl. USt oder mehr pro Jahr): 7%;
- (2) Vermarktung erfolgt durch kleinere Handelsvertreter / Vermarktungsorganisation (bis 50 Mio. EUR Gesamtumsatz exkl. USt pro Jahr): 11%;
- (3) Vermarktung erfolgt durch Lizenznehmer selbst:
 - (a) für die ersten 2 Mio. EUR pro Jahr: 15%;
 - (b) für den über 2 Mio. EUR pro Jahr hinausgehend Betrag: 11%.

c. Einnahmen aus Media for Equity:

Einnahmen aus Media for Equity zählen ab dem Jahr 2018 zu den abzurechnenden Einnahmen. Dabei wird Unternehmen (insbesondere Start-ups) Werbezeit (Media-leistungen) in Angeboten von Hörfunkunternehmen zur Eigenwerbung zur Verfügung gestellt. Dafür erhält derjenige, der die Werbezeit bereitstellt, anstelle einer Geldleistung eine gesellschaftsrechtliche Beteiligung an diesem Unternehmen (Media-for-Equity-Vereinbarung). Von diesen Einnahmen können keine weiteren Abzüge vorgenommen werden.

d. Vergütung aus Erlösen aus Produktplatzierung / Produktbeistellung:

Die Einnahmen aus direkter entgeltlicher Produktplatzierung können vor Ermittlung der Vergütung im Umfang ihrer tatsächlichen Entstehung um Agenturvergütungen (bis höchstens 15 Prozent), Mengenrabatte und Skonti gekürzt werden (Nettoeinnahmen).

Von den Nettoeinnahmen ist ein weiterer Abzug für Akquisitionsaufwendungen in Höhe von pauschal 20% zulässig.

e. Vergütung aus Einnahmen aus Pay-Radio:

Einnahmen aus der Veranstaltung von Pay-Radio umfassen sämtliche von Abonnenten des Programms erzielte Erlöse des Lizenznehmers (exklusive Umsatzsteuer). Werden Pay-Radio -Erlöse zwischen dem Betreiber einer Vermarktungsplattform (dem Vermarkter von Pay-Radio -Programmen gegenüber dem Endkunden, nachfolgend „Vermarkter“³) und den Content-Lieferanten aufgeteilt, so rechnet jeder Beteiligte gegenüber der GEMA seine tatsächliche Erlösbeteiligung ab.

Der Vermarkter ist berechtigt, von den von ihm abzurechnenden Pay-Radio Erlösen (1.) pauschalierte Akquisitionskosten in Höhe von 22,5% seiner tatsächlichen Erlösbeteiligung plus (2.) 12,5% der tatsächlichen Erlösbeteiligungen aller Content-Lieferanten in Abzug zu bringen. Die Content-Lieferanten sind berechtigt, von den von ihnen abzurechnenden Pay-Radio Erlösen jeweils pauschalierte Akquisitionskosten in Höhe von 10% ihrer tatsächlichen Erlösbeteiligung abzuziehen.

f. Vergütung aus Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen:

TK-Erlöse sind die Einnahmen aus gebührenpflichtigen Telekommunikationsvorgängen durch Zuhörer, welche in unmittelbarem Zusammenhang mit der Sendung stehen und dem Lizenznehmer tatsächlich zufließen (z.B. Telefon, SMS, Fax).

Es wird davon ausgegangen, dass 53% der TK-Einnahmen in unmittelbarem Zusammenhang mit der Nutzung der Rechte gemäß Ziff. II. 2. stehen und somit als Einnahmen im Sinne von Ziff. II. 5. a. ff. gelten.

Von den relevanten TK-Einnahmen können keine weiteren Abzüge vorgenommen werden.

g. Vergütung aus Radioshopping-Einnahmen:

Einnahmen aus Radioshopping ist der Erlös aus dem Verkauf von Waren (Netto-Warenumsatz). Dieser berechnet sich aus dem tatsächlichen Gesamtwarenumsatz abzüglich des Wareneinsatzes.

Bei dem Verkauf von Reisen sind die für Vermittlungsdienstleistungen von den Reiseveranstaltern selbst oder von sonstigen Dritten erhaltenen Provisionen als Einnahmen zu berücksichtigen, soweit die Provisionen auf im Tele-shopping-Programm beworbene Reisevermittlungen zurückzuführen sind (vergütungsrelevante Provisionseinnahmen).

Bei dem Verkauf von Musikwerken und Rufftonmelodien als Download werden die über eine Bewerbung im Radioshoppingprogramm generierten Verkaufserlöse ohne Umsatzsteuer als Einnahmen berücksichtigt abzüglich der Urhebervergütung nach den Online-Tarifen der GEMA.

h. Spenden:

Spenden sind die Einnahmen des Lizenznehmers, die diesem unmittelbar zur Programmfinanzierung zufließen. Nicht hierunter fallen Spenden, die für Dritte eingehen (zum Beispiel Weihnachtsaktion).

³ Bei der zeitgleichen Weitersendung von Free-Radio-Programmen gelten bezüglich der von der GEMA wahrgenommenen Rechte der Gemeinsame Tarif Kabelweitersendung bzw. die Regelungen der Gesamtverträge Kabelweitersendung.

i. Vergütung aus Einnahmen aus Programm begleitenden Onlinenutzungen:

Einnahmen aus Programm begleitenden Onlinenutzungen werden bei der Ermittlung der Bemessungsgrundlage nach Ziff. 5. b. bis h. berücksichtigt.

6. Ermittlung der Mindestvergütung

Als weitester Hörerkreis (WHK) nach Ziff. I. 2. a. gilt gemäß den im Markt üblichen Zahlen die Anzahl der Personen, die angeben, das Programm innerhalb der letzten 14 Tage (Mo bis So) gehört zu haben, wobei jede Person nur einmal gezählt wird.

Abweichend hiervon gilt Folgendes:

- a. Bei Abonnement-Radio wird die Zahl der Abonnenten berücksichtigt;
- b. Bei der Internetsendung, die nicht Abonnement-Radio ist, wird zur Ermittlung des WHK auf die gemittelte Anzahl der individuellen tatsächlichen Hörer („unique user“) pro Tag, multipliziert mit dem Faktor 4, abgestellt.

Die Identifizierung der Hörer erfolgt in der Regel über deren IP-Adresse, über Cookies oder über ein bei der Registrierung festgelegtes Passwort.

7. Musikanteil

Musikanteil ist der Musikanteil des Gesamtprogramms, welches sich zusammensetzt aus dem Anteil „gespielte beziehungsweise angespielte Musiktitel“ und dem Anteil „Musik in Werbespots, Jingles, Senderkennungen, Musikbetten für Wortbeiträge etc.“.

Musikanteil ist die Sendezeit der Musik des GEMA-Repertoires im Verhältnis zur Gesamtsendezeit des Programms.

Der Musikanteil wird auf volle Zahlen kaufmännisch gerundet und bei Ermittlung der Regelvergütung und Mindestvergütung in Einer-Stufen berücksichtigt. Bei gemeinsamer Veranstaltung eines Programms durch mehrere Lizenznehmer ist jeweils der Musikanteil des gesamten Programms maßgeblich.

8. Sonstiges

- a. Wiedergabevorrichtungen Dritter (Tonträger) dürfen im Rahmen des Sendebetriebs nur verwendet werden, wenn die Rechte zur Herstellung dieser Wiedergabevorrichtungen durch die Dritten ordnungsgemäß bei den Berechtigten erworben worden sind.
- b. Die von der GEMA erteilte Einwilligung umfasst nur die ihr zustehenden Rechte. Sie berechtigt nicht zur sonstigen Nutzung der durch Rundfunk gesendeten Werke vorbehaltlich der Programm begleitenden Onlinenutzung.
Rechte Dritter bleiben unberührt.
- c. Dieser Tarif gilt nicht für Weitersendevorgänge wie z. B. die Kabelweiterleitung sowie für Nutzungen, die unter die Tarife VoD und MoD fallen.