

MITGLIEDERVERSAMMLUNG DER GEMA

1. OKTOBER 2020 | BERICHT DES VORSTANDSVORSITZENDEN DR. HARALD HEKER

Liebe Mitglieder,

ich freue mich sehr, dass Sie in unserer Mitgliederversammlung dabei sind und dass ich Ihnen auf diesem virtuellen Wege über das Geschäftsjahr 2019 berichten kann!

Zu sehen, wie viele Kreative unter den Folgen der Corona-Pandemie leiden, tut weh. Das war und ist spürbar in der ganzen GEMA. Schnell haben wir deshalb im Frühjahr Maßnahmen ergriffen und direkt unser eigenes Corona-Nothilfe-Programm an den Start gebracht. Dabei haben 5 Millionen Euro ihren Weg zu Urhebern und Verlagen, deren Existenz durch Corona besonders gefährdet war, gefunden, auf unbürokratische Weise. Die GEMA hat damit wieder ihre Kraft als Solidargemeinschaft bewiesen. Zudem haben wir mit unserem sogenannten „Schutzschirm Live“, bei dem Musikurheber online eine Vorauszahlung auf ihre Ausschüttung beantragen konnten, eine pauschale Nothilfe angeboten.

Wir sind uns natürlich darüber im Klaren, dass diese akuten Hilfen nicht reichen. Denn 2021 wird für viele von Ihnen wirtschaftlich noch schwieriger werden: Unsere Erträge werden niedriger sein als im Vorjahr, so dass wir dann weniger an Sie ausschütten können. Vorstand und Aufsichtsrat werden deshalb weiter handeln und für 2021 wieder Hilfsmaßnahmen in die Wege leiten. Über eine davon

haben Sie hier schon beschlossen – eine Anpassung der Verteilung in der Sparte M.

Auch ihren Kunden gegenüber hat die GEMA schnell und kulant reagiert: Verträge haben wir automatisch ausgesetzt für den Zeitraum, in dem Spielstätten schließen mussten. Die Hilfe geht noch weiter, unter anderem, indem wir der Bitte der Bundesregierung entsprochen haben, 30 Millionen Euro zu verteilen für Umbau- und Ausstattungsmaßnahmen von kleineren Musik-Spielstätten. Damit können diese Häuser „Pandemie-feste“ Maßnahmen finanzieren und hoffentlich bald wieder öffnen.

Es handelt sich um Mittel aus dem Rettungspaket „Neustart Kultur“, einem Programm der Bundesregierung, das auf eine Wiederbelebung des kulturellen Lebens in Deutschland in Zeiten von Corona und danach zielt. Warum hat die GEMA es auf sich genommen, diese Gelder zu verteilen? Aus zwei Gründen: Wir zeigen damit der Politik, dass die GEMA ein zuverlässiger Partner in der Kulturlandschaft ist. Aber für uns noch wichtiger: Die GEMA trägt so dazu bei, dass Kulturstätten schneller wieder öffnen und Musiker auftreten können.

Damit sind wir wieder bei unserem Kerngeschäft: Ihre Interessen so gut wie möglich wahrzunehmen. Dazu gehört natürlich ganz besonders, dass Sie Ihre Ausschüttungen rechtzeitig erhalten, denn uns ist bewusst, dass die Ausschüttung für viele von Ihnen das Rückgrat Ihrer wirtschaftlichen Existenz darstellt – zurzeit mehr denn je. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben deshalb alles daran gesetzt, dass Sie auch in diesem Jahr Ihr Geld rechtzeitig und vollständig erhalten.

Die Ausschüttungen zum 1. Juni, die Verteilung im Aufführungsrecht, und auch die zum 1. Juli, die Verteilung im Senderecht, sind beide sehr gut verlaufen. Das ist keine Selbstverständlichkeit, wenn wir sehen, was bei anderen Verwertungsgesellschaften geschehen ist. Beim Senderecht kamen die Resultate erstmals mit Unterstützung eines elektronischen Monitoring-Verfahrens zustande. Dank dieses Verfahrens kommen die öffentlich-rechtlichen Sender ihrer Verpflichtung zur

Meldung gesendeter Werke immer vollständiger und richtiger nach. Auswertungsdefizite – die zu Beginn einer solchen Umstellung völlig normal sind – werden wir gemeinsam mit den Sendern in hoffentlich absehbarer Zeit beseitigen können.

Damit bin ich entlang der Corona-Maßnahmen zu unserem Tagesgeschäft gekommen und beginne mit der Bilanz des vergangenen Geschäftsjahres. Es sind sehr erfreuliche Zahlen, es war das zweitbeste Jahr unserer Geschichte. Die GEMA konnte 2019 die positive wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahre fortsetzen, und wiederum haben wir bei den Erlösen die 1 Milliarde Euro-Marke überschritten. Unsere Erträge stiegen gegenüber 2018 um 50 Millionen Euro auf 1,070 Milliarden Euro, eine Zunahme um fast 5 %. Die Ausschüttungen an unsere Mitglieder sowie an Rechteinhaber in aller Welt betrugen über 900 Millionen Euro. 2019 war also ein sehr erfolgreiches Jahr für die GEMA und ihre Rechteinhaber.

Die Kosten für operative Aktivitäten betrugen 143,3 Millionen Euro, das entspricht einem Kostensatz von 13,4 %. Die Gesamtaufwendungen 2019 beliefen sich auf 163,7 Millionen Euro, was einen Kostensatz von 15,3 % bedeutet. Dieser liegt etwas unter dem des Vorjahres. Die Differenz – also circa 20 Millionen Euro – haben wir für strategische Maßnahmen aufgewendet. Dazu komme ich noch.

Von den einzelnen Ertragsbereichen zunächst das Tonträgergeschäft: Der Ertragsrückgang geht hier weiter, er hat sich sogar beschleunigt. Das Ergebnis ist mit 61,1 Millionen Euro um 20 Millionen Euro niedriger als im Vorjahr, und wenn wir es vergleichen mit 2015, ist das Geschäft sogar nahezu halbiert. Die Corona-Krise wird den negativen Trend noch verschärfen, weil es monatelang massive Einschränkungen im Handel gab.

Im Online-Bereich legten die Erträge 2019 kräftig zu, um über 72 % auf knapp 182 Millionen Euro. Dies verdanken wir erfolgreichen Vertragsabschlüssen insbesondere im Bereich des Video-Streamings. Dabei hat ein Vertrag mit Amazon über die Nachberechnung von Altzeiträumen den höchsten Anteil. Es gab also im Jahr 2019 bei Online einige Sondereffekte. In diesem Jahr wird unser Ertrag aus

dem Online-Geschäft voraussichtlich nicht diese Höhe erreichen, obwohl sich die Corona-Krise auf den Bereich positiv auswirkt, vor allem durch höhere Nutzung und mehr Abonnements bei Video-Streaming Diensten.

Bei Rundfunk und Fernsehen gingen die Erträge leicht zurück, um 2,2 % auf 295 Millionen Euro. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Werbeeinnahmen der privaten Fernseh-Sender gesunken sind. Corona verstärkt diese Tendenz deutlich, deshalb müssen wir im laufenden Jahr davon ausgehen, dass die Erträge im Bereich Rundfunk und Fernsehen weiter zurückgehen werden. Umso wichtiger sind die derzeit laufenden Verhandlungen über neue Sendeverträge für die Zeit ab 2021.

Für unseren Außendienst war 2019 ein sehr gutes Jahr, denn es war ein gutes Konzert-Jahr. In Kombination mit Tarifierungsmaßnahmen und einer höheren Marktabdeckung konnten wir hier die Erträge um knapp 5 % steigern, auf 407 Millionen Euro.

Liebe Mitglieder,
soweit die positiven Zahlen für 2019. Im nächsten Jahr wird es ganz anders aussehen, denn die Corona-Krise führt gerade im Außendienst zu einem extrem starken Rückgang des Ertrags. Geschäfte mussten zeitweilig schließen, Veranstaltungen fallen immer noch aus, und größere darf es bis Ende des Jahres gar nicht geben. Außerdem – das habe ich schon erwähnt – gehen die Erträge auch in den Bereichen Vervielfältigung und Sendung durch Corona-Effekte zurück. Der Online-Bereich allein wird dies nicht auffangen können.

Um aber erst einmal in diesem Jahr zu bleiben: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben eine Meisterleistung abgeliefert, denn unsere Sondermaßnahmen wegen der Pandemie liefen neben dem Tagesgeschäft. Zudem arbeiteten zunächst fast alle im Home Office. Trotzdem haben sie wirklich viel bewältigt, mit großer Disziplin und Leidenschaft. Das können wir in dieser Versammlung nicht gemeinsam mit einem Applaus anerkennen, aber aussprechen kann ich meinen und ich denke auch Ihren wohlgemeinten Dank sehr wohl. Danke!

Liebe Vorstandskollegen, liebe Mitglieder des Aufsichtsrats, vertreten durch Sie, Dr. Ralf Weigand. Zusammensein war oft nicht möglich, zusammenarbeiten können wir trotzdem sehr gut. Das hat uns in der Krisenzeit handlungsfähig und flexibel gehalten. Es ist auch wichtig für unsere Zukunft. Danke auch an Sie!

Einer der Schwerpunkte in der Zusammenarbeit zwischen Aufsichtsrat und Vorstand ist natürlich die Langfriststrategie der GEMA: Vor zwei Jahren haben Vorstand und Aufsichtsrat diese verabschiedet. Dabei fokussieren wir uns zunächst auf die Handlungsfelder Digitalisierung und Wachstum, wie ich in meinem Bericht im letzten Jahr ausführlich erläutert habe.

Die Digitalisierung der GEMA betrifft unsere internen Prozesse sowie die Kommunikation mit Ihnen, unseren Mitgliedern, und mit unseren Kunden. Als Beispiel für die Digitalisierung der Mitgliederkommunikation möchte ich das Mitglieder-Dashboard erwähnen. Mit diesem Dashboard können Sie aktuelle Nutzungs- und Vergütungsauswertungen einsehen. Seit November 2019 können Sie auch interaktiv die Nutzung Ihrer Musik nachverfolgen, zum Beispiel bei Konzerten. Wir gehen weitere Schritte: So finden Sie neben der neuen Werkanmeldung alle Ihre Finanzdaten im Dashboard. Seit Kurzem können Sie außerdem AV-Produktionen einsehen, an denen Sie mit Werken beteiligt sind.

Besondere Bedeutung hatte unser Portal im Rahmen der Corona-Maßnahmen: Innerhalb von nur zwei Wochen konnten wir unseren Mitgliedern anbieten, Vorauszahlungen und Soforthilfen digital zu beantragen, schnell und unkompliziert. Die zahlreichen positiven, teilweise berührenden Rückmeldungen unterstreichen, welchen Wert das Online-Portal hat. Und das Interesse an den digitalen Angeboten in unserem Portal steigt schnell: In diesem Jahr gab es bis zu 400 % mehr Aufrufe. Dies und das positive Feedback sind großer Ansporn für alle Beteiligten, das Angebot auszubauen und zu optimieren.

Eine weitere wichtige Initiative der GEMA war der Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an Zebralution im Dezember 2019. Sie kennen Zebralution als Digitalvertrieb in der Musikwirtschaft – innovativ und wirtschaftlich erfolgreich. Die Betei-

ligung soll uns helfen, uns selbst im Markt ‚breiter‘ aufzustellen. Unser Kerngeschäft bleibt zwar natürlich die Lizenzierung von Urheberrechten, aber nun können wir auch angrenzende Services anbieten: So wollen wir unsere Mitglieder zum Beispiel beim digitalen Vertrieb ihrer Musikwerke unterstützen.

Zusammen mit Zebralution entwickeln wir zurzeit eine neue digitale Plattform: MusicHub. MusicHub wird sich an alle Musikschaaffenden richten, die ihre Musikwerke veröffentlichen wollen, auf Online-Musikplattformen wie Spotify, Apple Music oder Amazon – schnell, eigenständig und ohne Umwege.

Im Juli haben wir unsere Mitglieder gefragt, wer sich an der Testphase für diesen MusicHub beteiligen möchte, und viele von Ihnen haben sehr positiv reagiert. Binnen weniger Stunden hatten sich mehrere Hundert Teilnehmer angemeldet. Gerade in der Zeit des Lockdown haben wir gemerkt, welchen Wert ein solcher Service für Musikschaaffende haben kann. Wenn wir planmäßig vorankommen, wird MusicHub ab Oktober nach und nach zum Einsatz kommen. Wir wollen unter dieser Marke noch weitere digitale Services entwickeln, für unsere Mitglieder, aber auch für andere Interessenten.

Zebralution und MusicHub tragen auch zum zweiten Schwerpunkt unserer Langfriststrategie bei: Wachstum. Reden über Wachstum mag in diesem Corona-Jahr merkwürdig erscheinen, aber gerade jetzt zeigt sich, dass unsere Strategie und unsere strategischen Maßnahmen richtig und wichtig sind: Damit die GEMA rechtzeitig handeln kann, um ihre Einnahmen zu stabilisieren und auszubauen, gerade in Zeiten, in denen der Musikmarkt sich stark verändert. Wenn die GEMA nur an bestehenden Einnahmequellen festhält, haben wir mittelfristig einen Einnahmerückgang zu befürchten, denn das ‚klassische‘ Tätigkeitsfeld einer Verwertungsgesellschaft bringt tendenziell weniger Ertrag als in der Vergangenheit. Die Online-Erträge können das nicht auffangen, auch deshalb nicht, weil die Vergütung für Nutzungen Ihrer Werke im Internet immer noch nicht angemessen ist. Vor diesem Hintergrund leisten Zebralution und MusicHub einen wichtigen Beitrag zur GEMA-Strategie.

Perspektivisch ist die GEMA in der Lage, auch Dritten manche ihrer Lösungen anzubieten, anderen Verwertungsgesellschaften im In- und Ausland zum Beispiel. Daraus werden auf Dauer Kostenvorteile für die Mitglieder entstehen. Insgesamt darf ich sagen: Mit der Umsetzung unserer Strategie in den vergangenen Monaten bin ich sehr zufrieden, und wir werden diesen Weg weiterverfolgen.

Liebe Mitglieder,
uns beschäftigen natürlich immer auch die Themen im politischen Bereich. Ich erwähnte schon, dass die GEMA es auf sich genommen hat, Bundes-Gelder für „Pandemie-feste“ Maßnahmen an kleinere Musik-Spielstätten zu verteilen. Wir kooperieren hier mit der Politik.

Gleichzeitig beobachten wir kritisch, was die Politik für die Interessen der Urheber macht – oder auch nicht macht. Gemeinsam mit anderen Verbänden bleiben wir dazu auf Bundes- wie auf Landesebene im Dialog, um Förderprogramme neu zu justieren oder für das kommende Jahr aufzusetzen. Dazu gehören aus unserer Sicht gezielte Programme, die Solo-Selbständigen zugutekommen. Kulturschaffende müssen wieder eine Beschäftigungs- und Erwerbsperspektive bekommen. Viel wurde in kurzer Zeit auf den Weg gebracht – jetzt heißt es: genau hinschauen und klug nachbessern.

Um bei der Politik zu bleiben: Auf unserer Mitgliederversammlung im Mai 2019 habe ich ausführlich berichtet über die damals gerade verabschiedete EU-Urheberrechtsrichtlinie. In Artikel 17 dieser Richtlinie ist unmissverständlich klargestellt, dass die großen Online-Plattformen wie YouTube die Urheber für die Nutzung ihrer Werke per Lizenzvertrag vergüten müssen. Die Corona-Krise hat die Notwendigkeit einer angemessenen Bezahlung noch einmal verschärft. Wir wissen alle, wie die Pandemie die Einkünfte der Kreativen massiv beeinträchtigt hat, weil Auftritte nicht oder kaum stattfinden, weil Geschäfte schließen mussten. Gleichzeitig hat sich Corona als ein Akzelerator für Streamingdienste erwiesen: die Online-Nutzung der kreativen Werke hat deutlich zugenommen. Somit wird der Kontrast immer größer zwischen Internet-Konzernen, deren Aktienkurse an der Börse durch die Decke schießen, und den vielen Künstlern und Kreativen, die von Existenzängsten geplagt werden.

Die Politik muss hier gegensteuern, mehr als je zuvor! Bis Juni 2021 haben die EU-Länder Zeit, um die Richtlinie in ihr jeweiliges Recht umzusetzen. Wir hoffen auf eine Umsetzung, die eindeutig die Pflichten der Plattformen festlegt. Das Bundesjustizministerium hat kürzlich einen ambitionierten Diskussionsentwurf vorgelegt, allerdings besteht darin aus unserer Sicht bei einigen zentralen Punkten noch Nachbesserungsbedarf. Unsere ausführlichen Kritikpunkte haben wir bereits an das Bundesjustizministerium übermittelt.

Am Ende muss klar und unmissverständlich festgelegt sein: Plattformen sind in der Pflicht, Urheber für die Nutzung ihrer Werke fair zu vergüten. Dafür wird sich die GEMA auch im weiteren Prozess stark machen. Ohne Zweifel wird wieder Gegenwind aufkommen, daher meine Bitte: Bleiben auch Sie bei diesem wichtigen Thema am Ball. Ihre Stimme ist in dieser Diskussion unverzichtbar!

Liebe Mitglieder,

die GEMA in Zeiten einer Pandemie – wie sieht unser Programm aus? Neben dem Tagesgeschäft werden wir neue Schritte in unserer Langfriststrategie gehen. Kurzfristig werden uns die weiteren Folgen der Corona-Krise beschäftigen. Das Virus können wir natürlich nicht beeinflussen, aber wie wir als Solidargemeinschaft damit umgehen durchaus. Wir sind dabei, Maßnahmen zu entwickeln, um die Kreativen auch 2021 zu unterstützen.

Und was die Politik angeht: Ob es um unterstützende Maßnahmen im Rahmen der Pandemie geht oder um die Umsetzung der EU-Richtlinie in deutsches Recht: Wir werden die Entwicklungen auf allen Ebenen der Politik genau verfolgen.

Es steht viel auf dem Spiel: Die Zukunftsperspektive der Kreativen und die kulturelle Vielfalt in unserem Land. Soweit wie möglich werden wir Einfluss nehmen. Die GEMA ist dazu gut vorbereitet, zusammen mit unseren Verbündeten. Und mit Ihnen. Bitte erheben Sie wenn nötig Ihre Stimme, machen Sie mit. Damit wir gemeinsam erreichen, wofür wir schon so lange kämpfen: Ein deutsches Urheberrecht, das Ihr geistiges Eigentum im Internet endlich schützt und das Ihnen eine angemessene Vergütung dafür sichert!