

WIEN **X**TRA

RELEASE IT!
Musik veröffentlichen + vertreiben

RECORDS
DEPENDENT SHOP FOR ALL STYLES



www.jugendinfowien.at
www.soundbase.at

music **austria**

JUGEND MA13
Stadt+Wien

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER!

Ich freue mich, dir die Broschüre „Release it!“ vorzustellen. Sie ist die dritte einer Reihe von Info-Broschüren speziell für junge MusikerInnen!

Die erste Broschüre der Reihe – „copy:right – Urheberrecht für junge MusikerInnen“ bietet eine verständliche und übersichtliche Einführung in alles, was du als MusikerIn über Urheberrechtsfragen wissen musst.

Die zweite Broschüre „Live! Konzerte spielen + veranstalten“ liefert dir Tipps und Infos rund ums Konzerte spielen, gebucht werden und veranstalten.

Die vorliegende dritte Broschüre „Release it!“ unterstützt dich mit vielen Informationen dabei, deine Musik zu veröffentlichen.

Alle drei Broschüren sind kostenlos und eine Kooperation von wienXtra-jugendinfo, wienXtra-soundbase und mica – music austria. Du kannst sie bei der wienXtra-jugendinfo und beim mica abholen, bestellen oder von der Website runterladen.

Unsere Publikationen helfen dir, das organisatorische und rechtliche Drumherum des Musikmachens schnell zu durchblicken – damit mehr Zeit und Raum fürs Wesentliche bleibt!

Denn wie Thomas Edison, der Erfinder der Schallplatte und des Plattenspielers, schon festgestellt hat, besteht das Genie aus 1% Inspiration und 99% Transpiration (sprich: Schweiß). Zwar konnte er nicht wissen, wie bedeutend die Erfindung des Tonträgers für die Musikgeschichte werden würde – aber er hat nach wie vor recht: kreatives Schaffen braucht auch Organisation und Planung.

Ich wünsche frohes Schaffen und viel Erfolg!



Euer Christian Oxonitsch
Jugendstadtrat



LIEBE MUSIKERIN, LIEBER MUSIKER!

Wien hat nicht nur ein großes musikalisches Erbe, Wien ist auch momentan eine Stadt voller spannender Musik. Diese tolle Musik hat es verdient, ein möglichst großes Publikum zu erreichen, in Wien und weit über Österreichs Grenzen hinaus.



Diese Broschüre der wienXtra-jugendinfo, wienXtra-soundbase und des mica – music austria wird dir helfen, die richtigen Schritte zu setzen, um deine Musik zu veröffentlichen und zu vertreiben.

So wirst du beispielsweise erfahren, was ein Label ist und wie du eines gründen kannst, wie du deine Musik einfach in die wichtigsten Online-Stores, wie iTunes bringst und wie der Vertrieb von CDs und LPs funktioniert. Auch wichtige Themen wie Urheberrecht, Verträge und Steuern werden gut verständlich behandelt. Außerdem findest du noch eine Menge an Tipps und Tricks in der Broschüre, sowie weiterführende Links und Adressen, damit du weißt, wo du dich auch noch ausführlicher gut zu diesen Themen beraten lassen kannst.

Viel Freude mit deiner Musik & viel Erfolg wünscht

Dr. Andreas Mailäth-Pokorny
amtsf. Stadtrat für Kultur und
Wissenschaft in Wien

INTRO

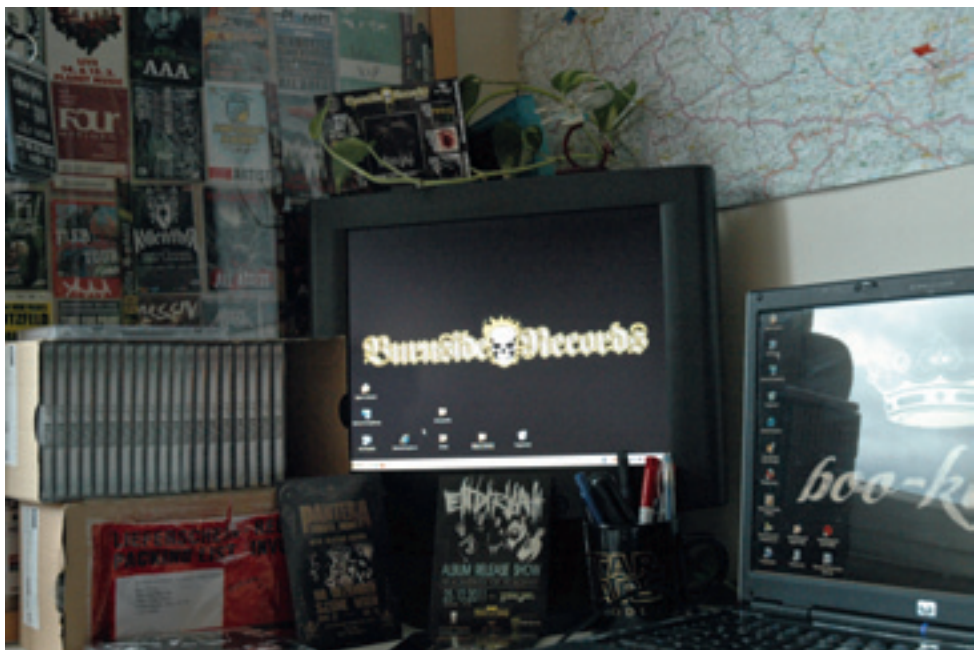
Diese Broschüre begleitet dich und deine Musik auf dem Weg in die Welt – ob per Demo-CD, Labelvertrag, Online-Vertrieb oder gar über dein eigenes Label.

Um gezielt nach Infos zu suchen oder Begriffe nachzuschlagen, kannst du das Schlagwortverzeichnis hinten im Heft verwenden.

Weiterführende Informationen, Beratungsstellen und – last but not least – Fördermöglichkeiten findest du im Adressteil.

Wir wünschen gute Lektüre und sind gespannt auf viele neue Veröffentlichungen!

wienXtra-jugendinfo, wienXtra-soundbase,
mica – music austria



INHALTSVERZEICHNIS

Demo + DIY	Handel + Vertrieb
Demo-CD selbst brennen4	Direktvertrieb23
Selbst gebrannte CDs verkaufen4	Infobox: Handelsketten24
Wo professionell produzieren?4	Professioneller Vertrieb24
Zum Presswerk ohne AKM/Aume5	Vertriebssuche25
Zum Presswerk ohne Label5	Checkliste: Vertriebssuche25
Stream/Download auf eigener Website5	Digitale Vertriebsmöglichkeiten26
Stream/Download auf Facebook & Co.5	Infobox: Direct to Fan Marketing Services26
Urheberrecht + Verwertungsgesellschaften	Infobox Steuern27
UrheberIn vs. InterpretIn7	Adressen + Förderungen
Welche Rechte brauchst du?8	Informations- und Beratungsstellen28
Infobox: Musikvideo/Synch-Right9	Verwertungsgesellschaften29
Verwertungsgesellschaften9	Creative Commons/Freie Musikportale29
Produktion	Fördermöglichkeiten30
Von der Mischung zum Presswerk10	Für LabelgründerInnen31
Verpflichtende Angaben auf Tonträgern11	Schlagwortverzeichnis32
Austro Mechana12	
ISRC- und LC-Code13	
Strichcode/GTIN13	
Label suchen + signen	
Was ist ein Label?14	
Label finden15	
Checkliste: Labellsuche15	
Spezialfall Netzlabel16	
Infobox: Creative Commons16	
Labelverträge17	
Checkliste: Labelverträge17	
Infobox: Multiple Rights -/360° -Deals17	
Label gründen	
Pros + Cons18	
Labelgründung – Registrierung bei der LSG19	
Rechtsform und Gewerbeberechtigung19	
Infobox Verlag21	



DEMO + DIY

Darf ich eine Demo-CD selbst brennen?

Ja. Für Promotion-Zwecke kannst du CDs selbst brennen – zum Beispiel als Info für einen Veranstalter/ eine Veranstalterin oder als Werbung bei Labels. Allerdings sollte auf der CD selbst (nicht nur am Booklet) folgender Satz angebracht sein: „Nur für Promotion. Nicht zum Verkauf. For promotional use only, not for sale“.

Darf ich selbstgebrannte CDs mit eigenen Songs verkaufen?

Ja. Wenn es sich um eine geringe Auflage handelt, ist das kein Problem. Sobald du es allerdings regelmäßig und mit der Absicht, Einnahmen zu erzielen tust, würde das der Gewerbeordnung unterliegen (siehe Kapitel Rechtsform und Gewerbeberechtigung). Bist du Mitglied bei einer Verwertungsgesellschaft und/oder sind auf der CD auch Songs, die du nicht selbst geschrieben hast, musst du auch die Produktion von selbstgebrannten CDs bei der Austro Mechana anmelden (siehe S. 12)!

Achtung: Rohlinge haben eine deutlich kürzere Lebensdauer als professionell gepresste CDs. Es ist zu überlegen, ob das gegenüber den KäuferInnen deiner Musik fair ist.

Wo kann ich CDs und Vinyl professionell produzieren lassen?

Bei einem Presswerk. In Wien sind die zwei größten Presswerke CSM und Novon. Eine vollständige Liste von Presswerken in Österreich findet ihr im Musikatlas. Diesen kannst du über www.musikatlas.at bestellen oder kostenlos bei der wienXtra-jugendinfo oder im mica einsehen. Näheres zur professionellen Produktion im nächsten Kapitel!

Kann ich zu einem Presswerk gehen, ohne bei der AKM/Austro Mechana Mitglied zu sein?

Ja. Du musst aber in jedem Fall die Produktion bei der Austro Mechana anmelden. Erst nach erfolgreicher Anmeldung bekommt das Presswerk die Freigabe von der Austro Mechana – ohne diese Freigabe darf kein Presswerk Tonträger produzieren. Du kannst dich unter bestimmten Umständen von den Lizenzgebühren der Austro Mechana für eine Produktion befreien lassen (näheres dazu auf S. 12). Hinweis: Wenn du Tonträger produzierst, ohne bei einer Verwertungsgesellschaft zu sein, bekommst du keine Tantiemen, sollten die Aufnahmen z.B. im Radio gespielt werden! Näheres zu Verwertungsgesellschaften siehe S. 9.

Kann ich zu einem Presswerk gehen, ohne ein Label zu haben?

Ja. Manche Presswerke bieten dir auch die Möglichkeit, Tonträger zu pressen, die nicht auf einem Label erscheinen. Dazu haben einige Presswerke ein eigenes Label gegründet, um dir die notwendigen Codes (siehe S. 13) zur Verfügung zu stellen. In diesem Fall bekommen dann die Presswerke die Lizenzeinnahmen, wenn deine Aufnahmen gesendet (z.B. im Radio) oder öffentlich wiedergegeben werden (siehe S. 19)!

Darf ich meine Musik auf meiner Website zum Stream und/oder Download zur Verfügung zu stellen?

Ja – wenn du bei keiner Verwertungsgesellschaft, keinem Verlag oder keinem Label bist und sofern du die Musik selbst geschrieben, getextet, interpretiert und aufgenommen hast.

Nein/unter Umständen – wenn du bei einer Verwertungsgesellschaft bist, müsstest du dafür eigentlich Gebühren an die AKM und die Austro Mechana bezahlen. Teil des Wahrnehmungsvertrages mit diesen Verwertungsgesellschaften ist nämlich das Recht,

Musikwerke online zum Stream oder Download zur Verfügung zu stellen. Sofern du ausschließlich deine eigene Musik zur Verfügung stellst (und für keines dieser Werke einen Verlagsvertrag abgeschlossen hast), kannst du bei der AKM für beide Gesellschaften eine Gebühren-Freistellung beantragen. Wenn die betreffenden Musikaufnahmen bei einem Plattenlabel veröffentlicht sind, benötigst du – unabhängig von der Freistellung bei der AKM/Aume – zusätzlich deren Zustimmung, da sie Rechte an der Tonaufnahme besitzen.

Wie steht es mit Veröffentlichung meiner Musik auf Facebook, Myspace, Bandcamp etc.?

Solange du bei keiner Verwertungsgesellschaft bist und keinen Vertrag mit einem Label oder Verlag hast, kannst du tun, was du willst – du hast alle Rechte an deinen Werken bzw. Tonaufnahmen. Besteht ein Labelvertrag, so muss das Label zustimmen, da dieses Rechte an der Tonaufnahme besitzt. Was die Lizenzverträge und Gebührenzahlungen an die AKM und die Austro Mechana anbelangt, so sind dafür die BetreiberInnen der jeweiligen Website verantwortlich.

Immer und immer gilt:

GENAUES LESEN DER NUTZUNGSBEDINGUNGEN!

Die meisten Services, die sich z.B. auf Facebook integrieren lassen, nehmen sich die Erlaubnis, deine Musik kostenlos im Netz zu veröffentlichen. Es kann auch sein, dass du zugleich ein Vervielfältigungsrecht abgibst oder den AnbieterInnen die Möglichkeit einräumst, deine Musik weiter zu verwenden. Falls du Mühe mit der rechtlichen Sprache solcher Nutzungsbedingungen hast, lass dich im mica kostenlos beraten.

URHEBERRECHT + VERWERTUNGSGESELLSCHAFTEN

Wenn du Musik veröffentlichen willst, kommst du um ein paar Grundlagen des Urheberrechts nicht herum.

Ausführliche Infos zum Thema Urheberrecht und Musik findest du in unserer Broschüre „copy:right – Urheberrecht für junge MusikerInnen“ (erhältlich über die wienXtra-jugendinfo und das mica – Adressen hinten im Heft).



UrheberIn vs. InterpretIn

Ganz wesentlich ist die Unterscheidung zwischen UrheberInnen und InterpretInnen:

- UrheberIn = KomponistIn/TextautorIn, der/die ein Werk geschaffen hat
- InterpretIn = ausübende/r KünstlerIn, der/die ein Werk aufführt oder vorträgt

UrheberInnen

UrheberInnen haben Persönlichkeitsrechte und Verwertungsrechte.

Urheberpersönlichkeitsrechte schützen deine so genannten „geistigen Interessen“ an den Songs, die du selbst schreibst. So kannst du als UrheberIn z.B. den Titel deiner Werke bestimmen, dich dagegen wehren, dass ein anderer behauptet, deinen Song komponiert zu haben oder dass dein Werk in einer Form verändert wird, die du nicht willst.

Verwertungsrechte ermöglichen den UrheberInnen, mit ihren Werken Geld zu verdienen. Es gibt fünf Verwertungsarten und damit einhergehende Verwertungsrechte:

- Vervielfältigung (Aufnahme und Kopieren von Tonträgern und Bildtonträgern, Download auf Computer/Festplatte, Druck und Kopieren von Noten und/oder Liedtexten etc.)
- Verbreitung (Weitergabe von Tonträgern/Bildtonträgern durch Verkauf, Vermietung, Verleih etc.)
- Sendung (Radio/TV)
- Öffentliche Aufführung (Live-Konzert, Abspielen von Tonträgern und Bildtonträgern, MP3s u.a., Wiedergabe von Radio- und TV-Sendungen)
- Öffentliche Zurverfügungstellung (Anbieten von Werken im Internet oder Mobilfunknetz zum Streaming und/oder Download)

Wichtig:

Mechanische Rechte: Die Verwertungsrechte der Vervielfältigung und Verbreitung, die im Zusammenhang mit der „körperlichen Nutzung“ von Ton/Bildtonträgern stehen.

Grafische Rechte: Verwertungsrechte der Vervielfältigung und Verbreitung von „grafischen“ Erzeugnissen auf Papier und ähnlichen Trägern, wie z.B. Musiknoten, Liedtextbücher.

Digitale Files: Eine Veröffentlichung eines digitalen Files hat den gleichen rechtlichen Status wie die Veröffentlichung eines Tonträgers.

Bildtonträger: Tonträger mit Bild- und Tonaufnahmen. Z.B. die Aufnahme eines Musikvideos (ob als digitales File oder DVD).

InterpretInnen

InterpretInnen haben keine Rechte an dem Werk, welches sie aufführen oder einspielen (außer sie sind zugleich UrheberInnen dieser Werke). Sie haben hingegen ein so genanntes Leistungsschutzrecht an der konkreten Darbietung des Werks und somit auch Rechte an der Aufnahme, die diese Darbietung „einfängt“. Zum Beispiel haben sie Anrecht auf Vergütung, wenn eine Aufnahme, auf der sie mitwirken, im Radio gespielt wird.

Auch die Produzenten/Tonträgerhersteller (Labels) haben Leistungsschutzrechte an den Aufnahmen, für die sie das wirtschaftliche Risiko tragen (siehe S. 19).

Welche Rechte brauchst du?

Wenn du also einen Tonträger veröffentlichen möchtest, brauchst du folgende Rechte/Genehmigungen:

Von den UrheberInnen:

Mechanische Rechte (Vervielfältigung und Verbreitung von Tonträgern/Bildtonträgern)

Sind die UrheberInnen Mitglieder von Verwertungsgesellschaften, so wird die Erteilung von so genannten „Werknutzungsbewilligungen“ über diese abgewickelt (das gilt auch, wenn du deine eigenen Songs einspielst und Mitglied einer Verwertungsgesellschaft bist!). Wenn nicht, so musst du dich direkt an die UrheberInnen oder ihren Verlag wenden.

Falls der/die (letzte lebende) UrheberIn eines Werkes mehr als 70 Jahre tot ist, ist das Werk frei und du musst nicht mehr für die Nutzung zahlen.

Von den InterpretInnen:

Leistungsschutzrechte aller beteiligten MusikerInnen an allen verwendeten Aufnahmen

StudiomusikerInnen: Hat eine Band mit Studio- musikerInnen gearbeitet, die nicht Teil der Band und somit nicht deine VertragspartnerInnen sind, muss sich die Band die Leistungsschutzrechte der Studio- musikerInnen übertragen lassen.

Wenn ProduzentInnen deine VertragspartnerInnen sind, haben die MusikerInnen vermutlich ihre Rechte bereits an diese übertragen. Dann kannst du die Rechte von den ProduzentInnen erwerben.

Plus...

...Nutzungsrechte an sämtlichen Logos, Grafiken, Bildern, Lyrics und sonstigen Texten

Für den Abdruck der Lyrics oder sonstigen Texten im Booklet musst du dich an die TextautorInnen wenden oder, wenn vorhanden, an den Verlag.

Achtung: weitere Verwertungen

Für Verwertungen, die über das Veröffentlichen eines bestimmten Tonträgers hinausgehen, brauchst du gesonderte Genehmigungen/Deals!

Von den InterpretInnen brauchst du die Zustimmung für:

- die Verwendung einer Aufnahme im Rahmen einer Compilation
 - das Remixen, Samplen, Bearbeiten von Aufnahmen
 - die Verwendung von Aufnahmen als Klingeltöne
 - die Verwendung von Aufnahmen für Filme, Videos (auch Musikvideos), Computerspiele und Werbungen
- Diese „Rechte“ kannst du dir gleich im Vertrag mit den MusikerInnen geben lassen.

Von den UrheberInnen (oder deren Verlag) brauchst du die Zustimmung für:

- Bearbeitungen, Remixes, Samples von Werken
- Die Verwendung von Werken als Klingeltöne
- Die Verwendung von Werken für Filme, Videos, Computerspiele
- Die Verwendung von Werken für Werbungen

Beachte, dass sämtliche Verwertungsrechte sachlich, zeitlich und räumlich beschränkt sein können (z.B. ein auf Österreich beschränktes Verbreitungsrecht). Im Zweifel wird angenommen, dass der/die UrheberIn nur das weniger umfangreiche Recht übertragen wollte. Lass dir also am besten ein „sachlich, zeitlich und räumlich unbeschränktes Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht“ einräumen – oder informiere dich gründlich im mica.

Diese Rechteerwerbungen sind komplexe Angelegenheiten. Mit Hilfe von Musterverträgen und kompetenter Beratung ist es aber gar nicht so schwierig, diese Dinge korrekt zu regeln. Hilfe sowie Musterverträge kannst du dir kostenlos beim mica holen!

Beispiel Musikvideo / Synch-Right

Das Synch-Right (auch Synchronisationsrecht oder Filmherstellungsrecht) bezeichnet das Recht zur Verbindung von Werken der Musik mit Filmwerken oder anderen Werkgattungen (z.B. Computerspielen). Möchtest du also z.B. ein Musikvideo produzieren, musst du um Erlaubnis fragen, ob du die Musik in dem Video verwenden darfst. Die Verwertungsgesellschaften sind dafür nicht zuständig. Du musst dich direkt an die RechteinhaberInnen des Musikwerkes und – falls das Werk auf Tonträger erschienen ist – an die RechteinhaberInnen der Musikaufnahme wenden. Das sind einerseits die UrheberInnen (oder deren Verlag, falls die Werke verlegt sind) und andererseits die Plattenfirmen und InterpretInnen (falls die ihre Rechte nicht schon an die Plattenfirmen übertragen haben).

Verwertungsgesellschaften

UrheberInnen, InterpretInnen und ProduzentInnen übertragen meist einen Teil der aufgezählten Rechte an Verwertungsgesellschaften zur Verwaltung: Nämlich übertragen die UrheberInnen ihre Verwertungsrechte (außer der grafischen Rechte) und die InterpretInnen und ProduzentInnen bestimmte Leistungsschutzrechte wie vor allem Sendung und Wiedergabe mittels Tonträgern. Man spricht dabei von einer kollektiven und treuhändischen Rechte-wahrnehmung durch die Verwertungsgesellschaften. Dafür werden von den UrheberInnen, InterpretInnen und ProduzentInnen Wahrnehmungsverträge mit den jeweiligen Verwertungsgesellschaften abgeschlossen, was jeweils eine einmalige Registrierungsgebühr kostet.

Für die MusikerInnen wie auch für die MusiknutzerInnen (z.B. VeranstalterInnen, Radiostationen oder Supermärkte mit Hintergrundmusik) erleichtert dies die Abwicklung: MusiknutzerInnen müssen nicht jeden Rechteinhaber/jede RechteinhaberIn einzeln

kontaktieren und mit ihnen Verträge abschließen, sondern können sich an eine zentrale Stelle wenden.

Die MusiknutzerInnen wenden sich an die Verwertungsgesellschaften, bezahlen an diese Lizenzgebühren für die Nutzung der Musik und die Verwertungsgesellschaften geben diese Gebühren an die UrheberInnen, Verlage, InterpretInnen, Labels und ProduzentInnen weiter. Den RechteinhaberInnen gibt diese kollektive Wahrnehmung ein größeres Gewicht, außerdem brauchen sie sich nicht selbst um die Abwicklung kümmern.

In Österreich gibt es folgende Verwertungsgesellschaften für den Musikbereich:

Für UrheberInnen

- AKM (Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger): zuständig für Aufführung, Sendung und Zurverfügungstellung
- Austro Mechana (Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte Gesellschaft m.b.H.): zuständig für die mechanischen Rechte, also Vervielfältigung und Verbreitung (z.B. Herstellung von Tonträgern)

Für InterpretInnen, Labels und ProduzentInnen

- LSG (Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GmbH): zuständig u.a. für öffentliche Aufführung und Sendung

Wenn du also einen Tonträger veröffentlichen möchtest, musst du dich an die Austro Mechana wenden. Das gilt auch für den Fall, dass die UrheberInnen der verwendeten Musik NICHT bei Verwertungsgesellschaften sind (siehe S. 5, 12). Infos zum genauen Vorgehen findest du im nächsten Kapitel „Produktion“!



PRODUKTION

Von der Mischung zum Presswerk

Einige Vorbereitungsschritte sind notwendig, bevor man seine Aufnahmen in einem Presswerk vervielfältigen lassen kann.

Ausgangssituation

- › Fertige Mischung der einzelnen Tonspuren

Vorbereitung fürs Presswerk

- › Erstellung eines Audio Mastermix
- › Ausgleichung der Lautstärke der einzelnen Tracks
- › Festlegung der Reihenfolge und der Pausen
- › Festsetzung der Track IDs
- › ISRC-Codes (siehe S. 13)
- › Grafiker erstellt Cover und Booklet nach Vorlagen des Presswerks

Im Presswerk

- › Presswerk bekommt Master und Grafikvorlagen
- › Erstellung des Premaster
- › Erstellung des Glasmasters/der Matrize
- › Pressung der CDs/Schallplatten und Produktion der Hüllen/Verpackung

Die erste Serie der Pressung ist stets teurer als spätere Nachpressungen, da das Glasmaster als Pressvorlage erst erstellt werden muss.

Für eine Vinylproduktion gelten die gleichen Schritte, nur wird statt einem Glasmaster eine Matrize als Negativvorlage für die Produktion der Schallplatten hergestellt. Im Gegensatz zu CD-Produktion bekommt man eine Testpressung, bevor die ganze Auflage in Produktion geht.

Symphonien in Karton: ein Blick ins Lager des Labels Cracked Anegg.

Wichtige Begriffe:

Glasmaster: Negativvorlage für Pressung von CDs

Master/Mastermix: Nachbearbeitung der Stereospur des fertigen Endmix, um eine bessere Tonqualität und auf unterschiedlichen Wiedergabegeräten ein ausgeglichenes Klangbild zu erhalten

Matrize: Negativvorlage für die Produktion von Vinyl-Schallplatten

Premaster: Vorlage für Glasmaster/Matrize auf Basis des Mastermix

Track ID: Track Identifikation = Tracknummern und Titel



Verpflichtende Angaben auf Tonträgern

Nennung der UrheberInnen

Der Gesetzgeber schreibt vor, dass die UrheberInnen genannt werden müssen. Das musst du im Booklet beachten: Es sind nicht nur die Titel der Stücke, sondern auch alle UrheberInnen zu nennen. Dies gilt nicht nur für Musik, auch bei Fotografien und Grafiken müssen die UrheberInnen genannt werden!

Fotorechte/Grafikrechte

Fotografien und Grafiken sind wie Musik urheberrechtlich geschützt. Verwende nur Bildmaterial und weitere Grafiken, an denen du die Rechte besitzt! Suchst du Material unter freien Lizenzen (wie z.B. Creative Commons – siehe S. 16), so ist zu beachten, dass die kommerzielle Verwendung erlaubt sein muss. Außerdem ist die Lizenzierungsart verpflichtend anzugeben. Die UrheberInnen müssen in jedem Fall genannt werden.

Austro Mechana

Wenn sich Werke aus dem Repertoire der Austro Mechana auf dem Tonträger befinden, muss aus der Sicht der Austro Mechana für diese das Wort „Austro Mechana“ oder „AUME“ auf die Tonträger selbst gedruckt werden. Man kann auch das Logo verwenden, das ist aber nicht zwingend. Der Schriftzug kann entsprechend der vorhandenen Grafik gestaltet werden.

Empfohlen für Ausland: All Rights Reserved

Wenn du bei einer Verwertungsgesellschaft Mitglied bist und dein Tonträger im Ausland verkauft wird, sollte folgender Text aufgedruckt sein: „ALL RIGHTS RESERVED. UNAUTHORISED COPYING, REPRODUCTION, HIRING, LENDING, PUBLIC PERFORMANCE AND BROADCASTING PROHIBITED.“

Symphonien in Farbe: ein Blick auf CDs von Col Legno.

Austro Mechana

Die Austro Mechana (Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte Gesellschaft m.b.H.) sorgt dafür, dass KomponistInnen, TextautorInnen und MusikverlegerInnen zu ihrem Anteil an den Verkaufserlösen aus der Nutzung ihrer Werke auf Ton- und Bildtonträgern wie CD, Vinyl, DVD etc. („mechanische Rechte“ siehe S. 7) kommen.

Anmeldung

Jede geplante Tonträger-Produktion bei einem Presswerk muss bei der Austro Mechana angemeldet werden und zwar VOR der Produktion. Das gilt auch, wenn du nicht Mitglied bei einer Verwertungsgesellschaft bist und/oder nur eigene Songs vervielfältigen möchtest. Im Zuge der Anmeldung überprüft die Austro Mechana, ob bei der Produktion Werke vervielfältigt werden sollen, die von der Austro Mechana verwaltet werden. Erst wenn die Anmeldung erfolgreich ist und gegebenenfalls eine Rechnung der Austro Mechana bezahlt wurde, erteilt sie die so genannte „Produktionsfreigabe“ an das Presswerk. Die Presswerke sind vertraglich verpflichtet, Tonträger nur dann auszuliefern, wenn diese Freigabe vorliegt. Für die Anmeldung ist üblicherweise der Produzent der Produktion zuständig: Darunter versteht man jene Person oder Firma, die aus wirtschaftlicher Sicht den Tonträger veröffentlicht.

Gebühren

Im Zuge der Anmeldung sind Lizenzgebühren zu zahlen für die Vervielfältigung und Verbreitung der geschützten musikalischen Werke von den UrheberInnen, die von der Austro Mechana vertreten werden. Die Gebühr wird berechnet nach den Kriterien des Detailverkaufspreises, der Auflage des Tonträgers und der Spieldauer. Bei ganz geringen Verkaufspreisen oder wenn die Tonträger verschenkt werden sollen, kommen Mindestlizenzen zum Tragen.

Erlass der Lizenzgebühren

Du kannst einen „Inkasso-Verzicht“ beantragen, damit du keine Lizenzgebühren sondern nur eine Administrationsgebühr von derzeit € 25,- zahlst, wenn du folgende Bedingungen erfüllst:

- Auf dem Tonträger sind nur Songs, an denen du sämtliche Rechte hast (siehe S. 8).
- Die Produktion erfolgt auf dein Risiko und zu deinem Nutzen.
- Du bist entweder Mitglied der Austro Mechana oder hast deine Rechte an keine andere Verwertungsgesellschaft im In- und Ausland abgetreten.

Dieser Inkasso-Verzicht gilt nur für die konkrete Produktion, für die er beantragt wurde. Andere Tantiemen-Ansprüche (z.B. Live-Auftritte oder Radio-Airplay) sind davon nicht betroffen. Allerdings bekommt ihr eine niedrigere Berechnungsbasis für Pauschalabrechnungen und für SKE-Alterszuschüsse.

Hilfe: Die Austro Mechana hat zu vielen Fragen zur Tonträgerproduktion eine übersichtliche Webseite eingerichtet (www.aume.at > FAQs). Auch kann man die MitarbeiterInnen bei speziellen Fragen einfach kontaktieren.

ISRC-Code und LC-Code

Der „International Standard Recording Code“ dient zur weltweit eindeutigen Identifizierung von Tonträgern und Videos. Informationen über Land, Jahr, RechteinhaberIn und eine Track-Identifikationsnummer (Track ID) werden als „Fingerprint“ unhörbar in eine Tonaufnahme integriert.

Beispiel: AT-H43-11-02005

AT: Ländercode für Österreich

H43: Erstinhaberschlüssel (den bekommt das Label von der LSG zugeteilt)

11: Jahresschlüssel, hier Jahr der Aufnahme 2011
02005: Aufnahmeschlüssel. Diesen kannst du selbst vergeben. In dem Fall wäre das für den fünften Track auf eurer zweiten Veröffentlichung im (Jahr 2011) denkbar. Du kannst denselben Aufnahmeschlüssel natürlich nur einmal pro Jahr vergeben.

Mit Hilfe des ISRC-Codes lassen sich beispielsweise im Rundfunk gesendete Stücke automatisch erkennen und für die Abrechnung von Tantiemen durch Verwertungsgesellschaften heranziehen. Auch für Verkäufe digitaler Musikfiles benötigt man den ISRC-Code.

Wenn du Radio-Airplay in Deutschland erwarten kannst, macht es Sinn auch den deutschen LC-Code (Labelcode) zu beantragen. Diesen Code vergibt die GVL Gesellschaft von Leistungsschutzrechten mbH (www.gvl.de). Für Kleinlabels ist es oftmals schwierig, die recht strengen Aufnahmekriterien der GVL zu erfüllen. Man hat dann nur die Möglichkeit, in Deutschland mit einem Partner, der bereits GVL-Mitglied ist, zusammenzuarbeiten.

Weitere Infos:

www.ifpi.org → Resources → ISRC

www.lsg.at/Info-ISRC.pdf

Strichcode/GTIN (Global Trade Item Number)

Diese 13-stellige Nummer (auch bekannt als Barcode oder früher EAN) dient der eindeutigen Identifikation von Artikeln. Das ist also der Code, der auf den meisten Produkten steht und z.B. an der Kassa eines Supermarkts gescannt wird. Mittels Strichcodes handhabt der Handel Warenwirtschaft und Abrechnung.

Du benötigst diesen Code dann, wenn du deine CDs oder LPs in großen Geschäften und Handelsketten (wie Media Markt/Saturn, Libro etc.) verkaufen willst. Auch für Album-Verkäufe digitaler Musikfiles benötigt man den GTIN-Code.

Viele Vertriebe (auch Online-Vertriebe) verfügen über eigene GTIN-Codes, die auf codelose CDs oder Schallplatten aufgeklebt werden können. Ebenso bieten viele Presswerke an, GTIN-Codes zur Verfügung zu stellen.

Besonders im Falle einer Neugründung ist der Kauf eigener GTIN-Codes gut zu überlegen, da sie nicht günstig sind (momentane einmalige Beitrittsgebühr von € 320,- + jährliche Lizenzgebühren von momentan € 125,- + jeweils 20% MwSt.). Zunächst ist es womöglich besser, die Möglichkeiten zu prüfen, GTIN-Codes von Vertriebspartnern oder befreundeten Labels zu bekommen.

In Österreich vertreibt die Firma GS1 Austria GmbH den GTIN-Code: www.gs1austria.at



LABEL SUCHEN + SIGNEN

Was ist ein Label?

Der Begriff Label (engl. für Etikett, Schild oder Name) bezeichnete ursprünglich nur das runde Pickerl in der Mitte von Schallplatten. Heute versteht man unter einem Label die Marke, unter der ein Tonträgerhersteller die Werke von KünstlerInnen veröffentlicht. Eine Plattenfirma kann mehrere Labels betreiben, um z.B. Musik verschiedener Stilrichtungen unter unterschiedlichen Markennamen zu veröffentlichen. Ein Label ist also an sich nur eine Marke und kein Tonträgerunternehmen. Der Begriff Label ist aber auch für die dahinter stehende Plattenfirma gebräuchlich und wird in weiterer Folge in dieser Broschüre so verwendet.

Unterschieden wird üblicherweise zwischen Major-Labels und Independent-Labels:

Major-Labels (von engl. groß, bedeutend, wichtig): die drei weltweit größten Tonträgerunternehmen (Sony Music Entertainment, Universal Music Group, Warner Music Group), die mit einem Marktanteil von ca. 80% den Weltmarkt beherrschen.

Independent/Indie-Labels (von engl. unabhängig): alle Plattenfirmen, die unabhängig von den drei Major-Labels arbeiten. Dazu gehören auch Netzlabel und Digitale Label (siehe S. 16).

Label finden

Zunächst solltest du nach Labels suchen, zu deren bisherigen Veröffentlichungen deine eigene Musik passen könnte. Heimische Labels solltest du dabei verstärkt beachten, da es einfacher sein wird, mit einem heimischen Label in Kontakt zu treten und diesem vielleicht bei einem Live-Auftritt das eigene Können zu präsentieren. In manchen Bereichen ist aber die Auswahl an heimischen Labels sehr eingeschränkt, weshalb du internationale Labels nicht völlig außer Acht lassen solltest.

Wirklich wichtig ist, dass du versuchst, die momentane Qualität deiner Tracks realistisch einzuschätzen: Würde mein Release auf dem gleichen Qualitätslevel wie die anderen Veröffentlichungen auf diesem Label stehen? Damit kann man sich unnötige, frustrierende Absagen oder Nichtrückmeldungen von noch unerreichbaren Wunschlabels ersparen. Für die großen Karriereschritte muss man die richtigen Momente erwischen und auch ein wenig Geduld aufbringen...

Checkliste Kriterien Labelsuche

Neben der richtigen Einschätzung der eigenen Musik gibt es einige Dinge, die man von einem Label in Erfahrung bringen sollte, damit man beurteilen kann, ob das Label ein geeigneter und realistischer Partner wäre:

- ☑ Nimmt das Label momentan überhaupt neue Acts in sein Repertoire auf (oftmals gibt es auf Label-Websites dazu Hinweise)?
- ☑ Veröffentlicht das Label möglicherweise nur Musik eines Künstlers oder nur von KünstlerInnen, die bereits sehr etabliert sind?
- ☑ Mit welchem Vertrieb arbeitet das Label in Österreich (siehe Kapitel Handel und Vertrieb)?
- ☑ Sind Produkte dieses Labels in den wichtigen Handelsketten und Stores erhältlich?
- ☑ Hat das Label internationale VertriebspartnerInnen (sprich: in welchen Ländern wird mein Tonträger vermutlich erhältlich sein)?
- ☑ Wie ist die Promotion-Arbeit des Labels, gab es Medienpräsenz für die bisherigen Acts und Veröffentlichungen des Labels?
- ☑ Welche Leistungen neben der Veröffentlichung von Tonträgern bietet das Label an (z.B. Booking, KünstlerInnenbetreuung und Management, Promo, Verlag) und kann ich diese Leistungen auch einzeln oder gar nicht in Anspruch nehmen, wenn ich mit dem Label arbeiten will?
- ☑ In welchen Formaten veröffentlicht das Label üblicherweise (z.B. CD, Vinyl, digitale Veröffentlichung)?

Präsentation

Wenn du geeignete Labels gefunden hast, mit denen du gerne arbeiten würdest, kommt der schwierigste Teil. Jetzt musst du sie davon überzeugen, dass sie gerne mit dir arbeiten möchten... Nimm dir Zeit für eine gute Präsentation: Achte sowohl auf die Optik (der erste Eindruck ist oft schon sehr entscheidend) wie auf gute Info-Texte.

Spezialfall Netzlabel

Bei Labels, die ihre Musik nur online anbieten, wird zwischen Netzlabels und Digitalen Labels unterschieden:

- Netzlabels sind Musiklabels, die Musik kostenlos über das Internet anbieten und dafür als Vertriebsweg eine Online-Plattform betreiben. Sie arbeiten meistens mit Creative Commons-Lizenzen. Neben ihrer eigenen Plattform bewerben sie ihre Musik auch über andere Plattformen, z.B. Netzzudios.
- Digitale Labels verkaufen Musik in digitaler Form über das Internet. Bei digitalen Labels besteht rechtlich kein Unterschied zu herkömmlichen Labels.

Bezüglich Netzlabel und Creative Commons sind einige Dinge zu beachten:

Wer schon Mitglied bei einer Verwertungsgesellschaft ist, kann seine Musik nicht über ein CC-Netzlabel vertreiben lassen. Das Netzlabel müsste für solche Online-Aktivitäten erst eine Lizenz bei den Verwertungsgesellschaften erwerben und Tantiemen an diese zahlen. Es ist allerdings möglich, bei der AKM und der Austro Mechana die gesamte Online-Verwertung auszunehmen. In dem Fall kümmern sich AKM und Austro Mechana natürlich auch nicht um etwaige andere Lizenz Einkünfte aus der Online-Verwertung deiner Werke.

So geht's: In den Wahrnehmungsverträgen unter dem Punkt Sondervereinbarungen bzw. besondere Vereinbarungen einfügen „ausgenommen Online-Rechte“.

Nutzungsbedingungen beachten: Es wäre z.B. nicht gut, sich exklusiv an ein Netzlabel zu binden, wenn man möglicherweise später andere Vertriebswege nutzen möchte oder einer Verwertungsgesellschaft beitreten will. Wichtig ist also eine schnelle Kündbarkeit.

Creative Commons

Creative Commons (kurz: CC) stellt UrheberInnen Lizenzvertrags-Schablonen zur Verfügung. Alle CC-Lizenzen erlauben die Weitergabe, öffentliche Wiedergabe und die Vervielfältigung von Werken (unter der Bedingung der UrheberInnen-Nennung). Es kann gewählt werden, ob die Werke kommerziell genutzt und/oder bearbeitet werden können.

Creative Commons ist damit keine Alternative zur kollektiven Wahrnehmung der Verwertungsrechte durch Verwertungsgesellschaften, sondern ein gänzlich anderes Modell. Creative Commons stellt die Lizenzen zur Verfügung, kümmert sich aber nicht darum, Lizenzverstöße zu verfolgen oder – sofern die Option auf kommerzielle Verwertung gewählt wurde – Geld von NutzerInnen einzuholen.

Die Mitgliedschaft bei AKM/Austro Mechana und CC-Veröffentlichungen schließen sich aus: entweder – oder! Du kannst ein CC-lizenziertes Werk nicht nachträglich bei einer Verwertungsgesellschaft anmelden: CC-Lizenzen sind unwiderruflich und zeitlich nicht begrenzt. Auch kannst du sie nicht auf einzelne Verwertungsrechte (z.B. nur Online-Nutzung) beschränken.

Wenn dir in erster Linie wichtig ist, dass deine Werke frei zugänglich sind, es eine einfache Möglichkeit der Weiterbearbeitung gibt und wenn du aus der Nutzung durch Sendung, öffentliche Aufführung etc. sowieso keine Einkünfte möchtest oder erwartest, dann ist Creative Commons eine Option. Nützlich sind CC-Lizenzen auch für einige Portale, die Musik (oder auch nur Beats oder Samples) mit CC-Lizenzen zur Nutzung und zum Austausch bereitstellen.

Links zu Creative Commons und freien Musikportalen findest du hinten im Heft!

Label-Verträge

Es gibt zwei übliche Vertragsformen, die Labels KünstlerInnen bzw. deren ProduzentInnen anbieten: den Bandübernahmevertrag und den Künstler- (exklusiv)vertrag.

Bandübernahmevertrag

Beim Bandübernahmevertrag geht es um die Übertragung der Rechte einer fertigen Aufnahme (des Master-Bandes, daher der Name) zwecks Verwertung durch die Plattenfirma. Oftmals werden auch Vereinbarungen über die Verwertung weiterer Aufnahmen getroffen. Beim Bandübernahmevertrag ist die Umsatzbeteiligung der KünstlerInnen höher als beim Künstlervertrag, weil die KünstlerInnen die Produktionskosten selbst tragen (manchmal stellt auch die Plattenfirma ein fixes Produktionsbudget zur Verfügung).

Künstlervertrag

Beim Künstlervertrag (oftmals Künstler-Exklusivvertrag) überträgt der Künstler/die Künstlerin seine/ihre Leistungsschutzrechte (also seine Rechte als InterpretIn) meist exklusiv für mehrere Jahre an das Label. Das Label hat also die Verwertungsrechte an allen zukünftigen Aufnahmen des Künstlers/der Künstlerin, die im Vertragszeitraum entstehen. Diese/r verpflichtet sich auch meist, für die Aufnahme einer bestimmten Anzahl von Tracks oder Alben pro Jahr zur Verfügung zu stehen.

Einen Muster-Bandübernahmevertrag und einen Muster-Künstlervertrag kannst du dir auf der Website des mica runterladen – dort kannst du auch kostenlos Verträge überprüfen lassen, die dir angeboten werden! Dieses Angebot solltest unbedingt wahrnehmen oder dich an einen Anwalt mit Erfahrung mit Musikverträgen wenden, solange du in solchen Dingen noch unerfahren bist.

Multiple rights deals / 360° deal

In vielen Fällen werden KünstlerInnen heutzutage so genannte „multiple rights deals“ (oder 360° deals) angeboten. In diesen Verträgen werden neben der Verwertung von Aufnahmen auch Vereinbarungen über Beteiligungen an Umsätzen aus z.B. Konzerten, Werbeeinnahmen, Merchandise-Verkäufen etc. getroffen. Das liegt daran, dass mit Tonträgerverkäufen nicht mehr so viel Geld zu machen ist wie früher – oft nicht mal genug, um die Produktions- und Marketingkosten einzuspielen. Für KünstlerInnen ist entscheidend, ob diesen Beteiligungen entsprechende Leistungen gegenüber stehen (dann kann es durchaus Vorteile haben, wenn eine Firma mehrere Bereiche abdeckt) oder ob die Plattenfirmen nur bei den Einnahmen der KünstlerInnen mitschneiden wollen, ohne dafür wirklich etwas zu tun.

Checkliste Label-Verträge

Was sind die wichtigsten Punkte, die ich bei Verhandlungen mit Labels beachten muss?

- ☒ Was gebe ich her bzw. muss ich leisten (Vertragsgegenstand & Rechteübertragung)? Enthält der Vertrag z.B. versteckte Verlagsdeals (siehe S. 21)?
- ☒ Bin ich an das Label gebunden und für wie lange (Exklusivität)?
- ☒ Wie lange gilt der Vertrag (Vertragsdauer bzw. Auswertungsdauer)?
- ☒ Was bekomme ich dafür (Vergütung/Beteiligung)?
- ☒ Was macht das Label dafür (Veröffentlichungspflicht, Promotion etc.)?



LABEL GRÜNDEN

Für den Fall, dass du kein geeignetes Label findest, um deine Musik zu veröffentlichen, oder wenn du das lieber selbst in die Hand nehmen willst, kannst du natürlich auch dein eigenes Label gründen.

Pros + Cons

Vorteile

- ⊕ Du musst keinerlei Rechte abgeben.
- ⊕ Du musst Verkaufserlöse mit niemandem teilen.
- ⊕ Dir spricht niemand in künstlerische Entscheidungen rein.

Nachteile

- ⊖ Es kommt einiges an Arbeit auf dich zu (Promotion z.B. ist nicht zu unterschätzen!). Überleg dir, ob dir diese Zeit nicht zum Musizieren fehlt.
- ⊖ Du übernimmst alleine das wirtschaftliche Risiko.
- ⊖ Du musst dir sämtliche Kontakte (zu Medien, Veranstaltern, Vertrieben etc.) erst erarbeiten, gute Labels haben diese Kontakte schon.
- ⊖ Dein neues Label hat noch keinen etablierten Markennamen.

Weiters zu bedenken:

- Hast du Lagerplatz für Tonträger wie CDs und LPs?
- Wie willst du Online-Releases an den Mann/die Frau bringen? Selbst wenn man in den wichtigen Online-Stores präsent ist, heißt es noch lange nicht, dass die Musik auch gekauft wird. Eine Studie hat nachgewiesen, dass im Jahr 2008 von 13 Millionen im Internet erhältlichen Songs über 10 Millionen nicht ein einziges Mal verkauft wurden.

Es lässt sich nicht verallgemeinern, was der bessere Weg ist. Ein erfolgreiches Label kann euch sicher sehr weiterhelfen. Auf ein Label, das nichts für dich tut und nur daran mitschneidet, wenn du deine CDs bei Konzerten selbst verkaufst, kannst du verzichten.

Kreatives Chaos? Gesehen bei Cracked Anegg.

Labelgründung – Registrierung bei der LSG

Die LSG (Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GmbH) ist die Verwertungsgesellschaft der ProduzentInnen von Tonträgern und Musikvideos sowie der InterpretInnen. Als Label kannst du Mitglied bei der LSG werden. Deren Hauptaufgabe ist die Sammlung und bestmögliche (kollektive) Verwertung von Rechten, Beteiligung- und Vergütungsansprüchen von Labels und InterpretInnen, die sich aus dem Urheberrechtsgesetz ergeben (siehe S. 7-9).

Das bedeutet, du bekommst dann Geld von der LSG, wenn die Musikaufnahmen, die auf deinem Label erscheinen und an denen du die Rechte hast, gesendet oder öffentlich wiedergegeben werden. Vor allem betrifft das Radio und Fernsehen. Auch betrifft es Musik von Tonträgern, die in Lokalen gespielt wird.

Mitglied bei der LSG wirst du, indem du mit ihnen einen so genannten Wahrnehmungsvertrag abschließt. Ein Teil dieses Vertrages ist die Registrierung des Labelnamens. Damit ist dein Label gegründet!

Wichtig:

- Du musst dir trotzdem unbedingt Gedanken über die Rechtsform deines Labels (genauer: deines Tonträgerunternehmens) machen (siehe nächste Spalte)!
- Diese Registrierung ist kein rechtsgültiger Schutz des Kennzeichens (Marke)! Dies ist nur über das tatsächliche Auftreten am Markt unter dem Label, der Anmeldung einer Marke (Patentamt) oder der Eintragung im Firmenbuch möglich.
- Die Anmeldung eines Labels bei der LSG kostet eine einmalige Registrierungsgebühr von derzeit € 100,-
- Die Meldung des Labels bei der LSG führt zu einer automatischen Zuweisung eines ISRC-Codes (siehe S. 13).

Rechtsform und Gewerbeberechtigung

Ein Label ist an sich nur eine Marke (genauer, ein Kennzeichen) – damit daraus ein Tonträgerunternehmen wird, ist für das Unternehmen eine Rechtsform zu finden und müssen entsprechende Gewerbeberechtigungen erworben werden.

Auf gar keinen Fall solltest du einfach CDs verkaufen und dich gar nicht um die Rechtsform kümmern! Einerseits kann das Finanzamt noch nach Jahren unangenehme Fragen stellen, andererseits können entstandene Verluste nicht steuermindernd angerechnet werden. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, Buch- und Lagerhaltung korrekt zu handhaben: „Verschwinden“ zu viele CDs, d.h. liegen keine Rechnungen oder andere Belege vor, kann das Finanzamt diese als verkauft annehmen und Steuer nachfordern.

Gewerbeberechtigung

Sobald du ein Label selbständig, regelmäßig und in der Absicht betreibst, einen Ertrag zu erzielen (auch wenn dies noch nicht zu Gewinnen führt), ist eine Gewerbeberechtigung und eine Anmeldung bei der Wirtschaftskammer notwendig. Die folgenden Gewerbearten sind möglich: „Betrieb eines Musiclabels bestehend in der Herstellung und der Bearbeitung von Tonaufnahmen“ oder „Herstellung und Vervielfältigung von Tonaufnahmen auf Tonträgern jeder Art sowie deren Bearbeitung und Betrieb eines Tonstudios“.

Diese Gewerbearten sind „freie Gewerbe“, d.h. es sind für die Ausübung des Gewerbes keine besonderen Voraussetzungen bzw. Befähigungsnachweise (Nachweise einer speziellen Ausbildung) nötig. Die Anmeldung bei der Gewerbebehörde reicht aus und gilt als Gewerbeberechtigung.

Mit der Gewerbeanmeldung wird man auch Mitglied bei der Wirtschaftskammer. Zuständig innerhalb der Wirtschaftskammer ist der Fachverband der Film- und Musikindustrie Österreichs, Film and Music Austria (FAMA).

Rechtsformen

Einzelunternehmen: Du kannst auch als Privatperson, also ohne eine juristische Person zu gründen (siehe unten), eine Gewerbeberechtigung erlangen und ein Label betreiben. Du haftest dann unbeschränkt mit deinem eigenen Vermögen.

Personen- oder Kapitalgesellschaft: Du kannst eine Gesellschaft (juristische Person) gründen, die dann das Label betreibt. Personengesellschaften (z.B. OG, KG, GbR) und Kapitalgesellschaften (z.B. GmbH) unterscheiden sich vor allem durch das bei Kapitalgesellschaften erforderliche Stammkapital und bei der Haftung.

Der Verein: Ein Verein ist leicht zu gründen, seriös bei Subventionen und Sponsoren und steuerlich leicht zu handhaben. Gut bei geringer Anzahl von Produktionen. Ein Verein darf nicht auf Gewinn gerichtet sein – Gewinnausschüttungen sind nicht möglich und Einnahmen müssen wieder in Produktionen investiert werden. Eine Gewerbeberechtigung ist trotzdem notwendig, außer das Label wird als Eigenlabel geführt (= LabelbetreiberIn vertreibt ausschließlich eigene Werke).

Welche Unternehmensform gewählt wird, hängt von vielen Faktoren ab und sollte mit Hilfe der Kammer und eines Steuerberaters/einer Steuerberaterin geklärt werden. Fragen wie z.B. die Anzahl der mitwirkenden Personen, wie viel Geld vorhanden ist, Haftungsfragen etc. spielen da eine Rolle. Ausführliche Informationen und Beratung darüber gibt es beim Gründerservice der WKO.

Adressen, Info-Links und Beratungsstellen findet ihr hinten im Heft auf S. 31!

Hast du genügend Lagerplatz? Die Vinyl-Lieferungen stapeln sich mannshoch im Büro von Siluh Records.



Verlag

Ein Verlag hat die Aufgabe, musikalische Werke zu verbreiten. Dafür räumen ihm die UrheberInnen Nutzungs- und Verwertungsrechte ein, solange diese nicht von einer Verwertungsgesellschaft wahrgenommen werden. Als Entgelt bekommt der Verlag Anteile aus der Verwertung der von ihm verlegten Werke.

Übliche Aufgaben eines Verlages sind

(teils Verhandlungssache):

- Verbreitung musikalischer Werke, z.B. Unterbringung in TV, Film, Werbung (siehe Synchron-Rights S. 9) oder Vermittlung für Compilations
- Überprüfung der Abrechnung von Verwertungsgesellschaften – auch im Ausland! Wenn eure Werke viel im Ausland gespielt werden, ist ein Verlagsdeal eine Überlegung wert.
- Vergabe von Bearbeitungsgenehmigungen und Abdruckbewilligungen von Lyrics und Noten
- Herstellung und Verbreitung von Noten
- Genehmigung von Aufführungen musikdramatischer Werke (z.B. Oper, Operette, Musical) und die erstmalige Festhaltung dieser auf CD/DVD
- Verkauf und Verleih von Notenmaterial

Beteiligung/Vorauszahlungen

Die Beteiligung von Verlagen an Tantiemen der Verwertungsgesellschaften ist in deren Statuten, Abrechnungsregeln (AKM) oder Verteilungsbestimmungen (Austro Mechana) geregelt. Teilweise gelten fixe Schlüssel, teilweise sind die Beteiligungen zu vereinbaren solange sie nicht gewisse Grenzen überschreiten.

Beispiel originalverlegtes Werk

(kein Subverlag, keine Bearbeitung/Arrangement):

- AKM: fix 1/3 Verlag, 1/3 KomponistInnen, 1/3 TextautorInnen
- Austro Mechana: frei zu vereinbaren, üblich 40% (max. 50% in Sonderfällen) Verlag, 30% KomponistInnen, 30% TextautorInnen

Sonstige Beteiligungen an Einnahmen aus der Verwertung von vertragsgegenständlichen Werken, die der Verlag selbst wahrnimmt, wie z.B. der Vergabe von Synchron-Rights für Film oder Werbung (siehe S. 8), sind Verhandlungssache. Üblich ist eine Beteiligung von 50%. Die Beteiligungen des Verlags werden in Verlagsverträgen geregelt.

Große Verlage bieten manchmal Vorauszahlungen an, die verlockend sind. Diese müssen von den Einkünften der UrheberInnen aus Tantiemen der verlegten Werke zurückgezahlt werden. Es sind also zinsenlose Kredite, die im Falle eines Nichteinspielens der Vorauszahlung in der Regel nicht zurückzuzahlen sind.

⊕ Kann z.B. eine Produktion vorfinanzieren

⊖ Bedarf großer Disziplin im Verwalten/Aufteilen der Gelder über einen längeren Zeitraum.

Verträge

Deals mit Verlagen werden entweder für bestimmte Titel abgeschlossen (Titelvertrag) oder für alle Werke, die im Vertragszeitraum von den UrheberInnen geschaffen werden (Autorenexklusivvertrag). Die Rechte an den betroffenen Werken werden meist bis zum Ablauf der gesetzlichen Schutzfrist eingeräumt, d.h. bis 70 Jahre nach eurem Tod. So eine Vereinbarung muss sehr gründlich überlegt werden! Bei kleineren Indie-Verlagen ist es möglich, kürzere Fristen und geringere Beteiligungen des Verlags auszumachen, das hängt immer von den tatsächlichen (vor allem finanziellen Vor-) Leistungen des Verlags ab.

Vorsicht vor versteckten Vertragsvereinbarungen (in Verträgen mit Labels, Studios, Managern etc.)! Es kann Sinn machen, einem Label auch die Verlagsrechte zu geben (es kann dann etwa mehr in Promotion investieren), aber das sollte völlig offen besprochen werden und das Label muss in der Lage sein, Verlagsaufgaben vernünftig wahrzunehmen.

Verträge immer prüfen lassen!

Zum Beispiel kostenlos im mica.



HANDEL UND VERTRIEB

In diesem Abschnitt wird erklärt, welche Möglichkeiten es gibt, Tonträger an den Handel oder gleich direkt an die EndkonsumentInnen zu verkaufen.

Die Kapitel Direktvertrieb und professioneller Vertrieb betreffen nur physische Tonträger (CDs, Vinyl, Tapes). Vertrieb und Handel von digitalen Tonträgern (digitalen Files) wird im letzten Kapitel gesondert behandelt.

Auf jeden Fall nicht vergessen: Alle Einnahmen sind steuerpflichtig! (siehe S. 27)

Wichtige Begriffe:

Territory: In der Vertriebswelt wird meist von „territories“ statt Ländern gesprochen, weil es Länder gibt, die zusammen als „territory“ (Gebiet) von einem Vertrieb betreut werden, z.B. Benelux oder G/A/S = Germany, Austria, Switzerland.

HAP: HAP steht für Handelsabgabepreis (auch gebräuchlich ist die englische Abkürzung PPD von „published price to dealer“). Das ist der Nettopreis, um den Händler einen Tonträger vom Vertrieb kaufen können. Dieser wird vom Vertrieb festgelegt.

Vielleicht hat deine Band mal ein eigenes Fach im Plattenladen deines Vertrauens..? Ansicht aus dem Substance Record Store.

Direktvertrieb

Ohne mit einem professionellen Vertrieb zusammenzuarbeiten, kannst du deine Tonträger über folgende Kanäle selbst verkaufen:

Bei Konzerten selbst verkaufen

Unbedingt! Das empfiehlt sich selbst im Falle, dass du einen Vertrieb hast (Konditionen dafür müssen mit dem Vertrieb vertraglich ausgemacht werden!). Ein Live-Konzert ist die beste Verkaufsshow, die du bekommen kannst. Konzertpublikum ist oft kaufwillig und nimmt gerne ein Andenken an einen gelungenen Abend mit. Meist wird es als zusätzlicher Kaufimpuls empfunden, wenn die Bandmitglieder selbst ihre Produkte verkaufen oder vielleicht signieren.

Einzelne Fachhändler

Du kannst einzelne Plattenläden direkt anfragen. Die meisten arbeiten auf Kommission: Das heißt, du gibst dem Shop Ware (Lieferschein nicht vergessen, Übernahme bestätigen lassen!) und bekommt erst dann Geld, wenn dieser was verkauft hat. Abgerechnet wird monatlich oder noch seltener. In vielen Fällen wirst du die Shops an die Abrechnung erinnern müssen.

Dieser Weg ist nur zu empfehlen, wenn das nötige Vertrauen vorhanden ist. Dafür werden bei Fachhändlern Kunden noch persönlich betreut, wodurch sich auch Alben ohne großes Marketingbudget gut verkaufen lassen. Oftmals ist es möglich, Produkte oder Poster in Auslagen oder im Geschäft gratis zu platzieren.

Verkauf über eigene Website

Prinzipiell natürlich eine tolle Möglichkeit: Der Aufwand für Website und Pakete auf die Post bringen, ist nicht sehr groß. Eine wichtige Überlegung dabei ist: Warum sollte jemand auf meiner Website das Album kaufen? Woher kann er die überhaupt kennen?

Gut überlegen sollte man sich die Zahlungsmethoden:

- Per Nachnahme: Ist sehr teuer und schreckt potenzielle KundInnen ab.
- Vorkasse: wird von vielen Menschen nicht gerne angenommen, v.a. bei unbekannten Websites.
- Auf Rechnung: Du verschickst die Tonträger mit Rechnung und bittest um Überweisung. Das ist natürlich ein gewisses Risiko, aber gerade die Fans, die direkt auf der Artist/Label-Website einkaufen, sollten eigentlich vertrauenswürdig sein.
- Zahlung mit Kreditkarten: Ist nur über Verträge mit Kreditkarten-Gesellschaften möglich und es fallen hohe Gebühren an – zahlt sich für kleine Händler kaum aus.
- PayPal: Bessere Konditionen, aber auch Gebühren (zurzeit bei bis zu € 2.500,- Umsatz pro Monat: 3,4% vom Verkaufspreis + € 0,35), die man im Verkaufspreis einkalkulieren sollte.

Wichtig: Es gelten die Bestimmungen des E-Commerce-Gesetzes (ECG) für Online-Shops (Informationspflicht)! Lass dich dazu bei der Wirtschaftskammer beraten (Adresse hinten im Heft).

Etablierte Online-Händler (Bsp. Amazon)

- ⊕ Amazon ist weltweit bekannt, Kunden wickeln Zahlungen gerne über vertraute Händler ab.
- ⊖ Gebühren (momentan 15% des VK + € 0,99 pro erfolgreichem Verkauf). Dazu kommen noch 15% Umsatzsteuer wenn man keine EU-UID-Nummer (Umsatzsteuer-Identifikationsnummer) hat (siehe S. 27).

Handelsketten (Österreich)

Die großen Handelsketten arbeiten nur mit professionellen Vertrieben zusammen. Sie verlangen von Vertrieben schwer zu erfüllende Konditionen, Vertriebe mit zu wenig kommerziellem Repertoire werden gar nicht gelistet. In Österreich gibt es drei Handelsketten für Tonträger: Media Markt/Saturn, Libro und Müller.

- ⊕ Am meisten Publikum, ausreichend Kapital für Werbung, machen auch für kleinere Labels leistbare Anzeige-Koops mit großen Medien (Kronen Zeitung, News etc.).
- ⊖ Sämtliche Präsentationsflächen in solchen Märkten werden vermietet: Ob Hörstationen, Wandregale, Aufsteller, Posterflächen – für all diese Flächen muss bezahlt werden.

Professioneller Vertrieb

Was macht ein professioneller Vertrieb alles?

Ein Vertrieb...

- verkauft Produkte an den Einzelhandel, der diese dann an die EndkonsumentInnen weiterverkauft.
- hat dafür TelefonverkäuferInnen und AußendienstmitarbeiterInnen.
- hält Kontakt zu den EinkäuferInnen bei Handelsketten und FachhändlerInnen und bekommt von diesen regelmäßig Termine, um seine Waren zu präsentieren.
- versickt regelmäßig Aussendungen (per E-Mail, Post oder Fax) mit Informationen über Neuheiten, Aktionen, Chart-Platzierungen und Live-Terminen seiner KünstlerInnen.
- plant in Absprache mit den Labels Marketing- und Promoaktivitäten.
- hat Kontakte zu internationalen Vertrieben, denen er sein nationales Repertoire weiterverkauft.
- hat ein Lager und sorgt dafür, dass immer ausreichend Ware zur Verfügung steht.
- plant Zeitpunkt von Veröffentlichungen, Auflage der Pressung, Preisgestaltung etc. gemeinsam mit dem Label.

Welche Formen von Vertrieben gibt es?

Majorvertriebe: Alle 3 Majorlabels (Sony, Universal, Warner) haben in Österreich eine Vertriebsstruktur. Diese arbeiten vorwiegend mit ihren hauseigenen Labels. Als Indie-Label ist es nur sehr schwer möglich, von Majors vertrieben zu werden.

Nu School Majors: Als Nu School Majors kann man Independent-Vertriebe bezeichnen, die mit vergleichbaren Strukturen wie die der Majors arbeiten und die auch eine entsprechende Größe haben (z.B. PIAS, Edel). Auch bei diesen internationalen Vertrieben ist es als neues Label schwierig unterzukommen.

Independent Vertriebe: Gibt es in Österreich leider (viel zu) wenige. Diese arbeiten mit internationalen Indie-Vertrieben zusammen, deren Labels sie in Österreich vertreten. Im Gegenzug bieten diese Partner dann (leider nicht immer) das österreichische Repertoire in ihren Territories an. Kämpfen alle mit (zu) viel Repertoire auf einem kleinen Markt. Haben nicht alle Zugang zu allen großen Handelsketten.



Vertriebssuche

Zunächst solltest du herausfinden, was es überhaupt für Vertriebe in Österreich gibt, bzw. welche internationalen Vertriebe für euer Label geeignet wären. Die Suche muss sich eigentlich auf heimische Vertriebe beschränken, denn es ist nicht einfach, von Österreich aus einen internationalen Vertrieb zu finden. Es kann aber durchaus sein, dass es die einzige Chance ist, weil es z.B. in der Nische, in der du arbeitest, gar keinen heimischen Vertrieb gibt.

Checkliste Kriterien Vertriebssuche

Es gibt ein paar Punkte, die man von einem Vertrieb erfahren sollte, um beurteilen zu können, ob es der geeignete Vertrieb für das eigene Label wäre:

- ☒ Welche Labels hat der Vertrieb noch im Programm, bzw. wie groß sind die? -> Um herauszufinden, welchen Stellenwert man in diesem Vertrieb haben würde.
- ☒ Welche Musikgenres bietet der Vertrieb an? -> Um herauszufinden, welche Glaubwürdigkeit dem Vertrieb von Fachhändlern zugestanden wird. Ein Außendienstmitarbeiter, der in einem Gespräch Schlager und Dubstep-Alben verkaufen soll, kann kaum in beiden Bereichen als kompetent gelten.
- ☒ Hat der Vertrieb Zugang zu den wichtigen Ketten? -> Steht meine Musik dann möglicherweise auch beim Saturn oder Libro?
- ☒ Hat der Vertrieb internationale Partner in den wichtigsten Territories? -> Um abzuschätzen, wie groß die Chancen sind, dass die eigenen Produkte international verkauft werden können.

Präsentation

Eine gute, professionelle Selbstdarstellung ist zentral. Die folgenden Punkte interessieren einen Vertrieb:

- Mit welchen Künstlern arbeitet das Label?
Welche davon spielen live?
- Sind Compilations und/oder Artist Alben geplant?
- Anzahl der geplanten Veröffentlichungen pro Jahr?
- Wird Promo (auch) selbst gemacht? Arbeitet das Label mit Promoagenturen? Oder die Band mit ManagerInnen oder Bookingagenturen?
- Ist das Label zu Marketingausgaben bereit?
- Was ist das Alleinstellungsmerkmal dieses Labels?
Was macht es einzigartig?

Verträge

Einen Muster-Vertriebsvertrag könnt ihr auf der Webseite des mica bekommen!

Das solltest du wissen:

- Vertragsdauer: Man sollte sich nicht fix länger als 3 Jahre an einen Vertrieb binden, unter zumindest 1-2 Jahren wird es aber schwierig sein, die Arbeit eines Vertriebs zu beurteilen. Auch wird ein Vertrieb nur ernsthafte Anstrengungen für ein Label unternehmen, wenn er eine gewisse Zeit sicher mit einem Label arbeiten wird. Eine gute Möglichkeit wäre die Vereinbarung über eine kurze Vertragsdauer mit automatischer Verlängerung bei nicht fristgerechter Kündigung.
- Kommission: Heutzutage machen die meisten Vertriebe fast nur noch Kommissionsgeschäfte, d.h. sie übernehmen die Ware, zahlen dem Label aber nur tatsächliche Verkäufe. Vorfinanzierungen an Labels sind für die Vertriebe durch die schwieriger gewordenen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen meist nicht mehr möglich.

Digitale Vertriebsmöglichkeiten

In der Online-Welt hast du es glücklicherweise um einiges leichter, deine Musik in die wichtigsten Shops und Portale zu bekommen. Es gibt mehrere Modelle, die wir dir hier vorstellen.

Aggregatoren (Digitalvertriebe)

„Aggregatoren“ sind Digitalvertriebe. Sie beliefern in der Regel die wichtigsten Shops (z.B. iTunes, Napster oder Amazon), eine Menge von Spezialstores (z.B. Beatport, Juno oder Zero) und die wichtigsten Streaming-Services (z.B. Spotify). Sie bemühen sich auch, rasch mit neuen Services Verträge abzuschließen.

Aggregatoren sind für Labels wie auch für Bands oder MusikerInnen direkt zugänglich.

In Österreich gibt es momentan zwei unterschiedliche und gute Modelle für den Digitalvertrieb, den Aggregator ORDIS (www.ordis.net) und das Software-Paket für digitale Distribution der Firma Rebeat (www.rebeat.com/digital). Rebeat bietet auch die Möglichkeit, die für jede Veröffentlichung notwendigen ISRC-Codes zu erwerben (siehe S. 13).

Auch am internationalen Markt gibt es gute Aggregatoren, mit denen du als österreichisches Label oder österreichische Band arbeiten kannst (z.B. Fine-tunes oder Zebalution).

Am besten vergleichst du die unterschiedlichen Angebote. Wichtig für dich:

- Welche Fixkosten entstehen pro Release/Jahr, wie viele % gibst du von den Einnahmen ab?
- Mit welchen Shops und Services arbeitet der Aggregator?
- Wie lange bindest du dich an den Aggregator?

Wenn du unsicher bist, kannst du dich dazu auch imica beraten lassen.

Direct To Fan Marketing Services

„Direct To Fan Marketing Services“ sind Plattformen, auf denen Bands oder Labels vorgefertigte Marketing-, Promotion- oder Verkaufstools nutzen können. Darunter z.B.

- Artist-Websites
- Music-Player
- digitaler Vertrieb oder direkter Download auf der Artist-Site
- CD- oder DVD-Herstellung und Verkauf
- Merchandise Herstellung und Verkauf (T-Shirts, Buttons etc.)
- Ticketing für Konzerte, Newsletter
- Statistik-Tools

Manche Anbieter bieten eine Vielzahl dieser Services an, andere sind auf einzelne Dienstleistungen spezialisiert, lassen sich aber gut mit anderen Services kombinieren. Die Angebote sind vielfältig und es entstehen laufend neue Services.

Achtung: Die Geschäfts- und Abrechnungsmodelle sind sehr unterschiedlich. Nimm dir Zeit für die Recherche der Angebote im Internet und überleg dir gut, welche der Angebote du wirklich nutzen willst, was dich das laufend kostet und wie viel du von deinen Einnahmen abgeben musst. Lies dir unbedingt die Geschäftsbedingungen gut durch!

Einige dieser Direct To Fan-Tools sind wirklich gut gemacht, ersparen eine Menge Arbeit und sind auch für kleinere Bands leistbar, wie z.B.:

<http://bandcamp.com>
<http://soundcloud.com>
www.reverbnation.com
www.topspinmedia.com
www.audiomagnet.com

Steuern

Um das Thema Steuern kommst du nicht herum, sobald es um Geld und Geschäfte geht. Leider sind Steuerfragen im Detail oft sehr kompliziert – ausführliche und genaue Informationen kann dir nur das Finanzamt oder ein Steuerberater/eine Steuerberaterin geben. Ein Termin bei einem Steuerberater/einer Steuerberaterin kann sich schnell auszahlen – vor allem wenn du zu einer Anstellung zusätzlich selbständige Einnahmen hast oder ein Label professionell betreiben möchtest.

Einkommenssteuer

Wird auf jegliche Art von Einkünften erhoben, egal ob sie aus selbständigen, betrieblichen oder angestellten Tätigkeiten stammen. Versteuert wird jedenfalls immer nur der Gewinn, also deine Einnahmen abzüglich deiner Ausgaben.

Wenn du mit deinen Einnahmen im Jahr unter € 11.000,- bleibst (wobei deine Einnahmen aus deinem Lehrlings- oder Angestelltenverhältnis mit deinen Einnahmen aus deiner künstlerischen Tätigkeit zu addieren sind), zahlst du keine Einkommenssteuer. Darüber hinaus gibt es dann Tarifstufen.

Wer angestellt ist und selbständige Einkünfte hat (z.B. von CD-Verkäufen), sollte sich auf jeden Fall beraten lassen, weil es je nach Höhe der zusätzlichen Einkünfte neben Steuerpflicht auch zu Versicherungspflicht kommen kann.

Umsatzsteuer (auch Mehrwertsteuer genannt)

Wird auf Dienstleistungen und Waren erhoben.

Waren:

Für Einnahmen aus dem Verkauf von Tonträgern wie CDs und Vinyl werden 20% Umsatzsteuer erhoben. Diese 20% sind an das Finanzamt abzuführen.

Dienstleistungen:

Umsatzsteuer wird auf manche Dienstleistungen erhoben. Wenn du z.B. als MusikerIn ein Konzert spielst, dann musst du von deinem Honorar Umsatzsteuer abführen. Umsätze aus der Tätigkeit als KünstlerIn unterliegen einem Steuersatz von 10%.

Kleinunternehmerregelung:

Bis zu einem Jahresumsatz von € 30.000,- (Stand 2011) bist du nach der Kleinunternehmerregelung von der Umsatzsteuer befreit. Unter Umsatz versteht man ausschließlich deine Einnahmen aus deiner selbständigen künstlerischen Tätigkeit, die Einnahmen aus deinem Lehrlings- oder Angestelltenverhältnis sind daher nicht dazu zu zählen.

Für Fortgeschrittene gibt es unter Umständen auch die Möglichkeit des Vorsteuerabzugs. Das kann sich lohnen, wenn du viel in Waren investierst, für die du Umsatzsteuer zahlst. Erkundige dich bei Interesse bei einem Steuerberater/einer Steuerberaterin, wie ein Vorsteuerabzug funktioniert und ob es bei deiner Einnahmensituation sinnvoll ist, vorsteuerabzugsberechtigt zu sein.



ADRESSEN + FÖRDERUNGEN

Informations- und Beratungsstellen

[mica – music austria](#)

7., Stiftgasse 29

Tel. 01/521 04 0

office@musicaustria.at

www.musicaustria.at

DIE Informationsstelle für MusikerInnen in ganz Österreich. Bietet kostenlose Beratung zu allen Fragen des MusikerInnenlebens telefonisch, per E-Mail und persönlich an. Unter anderem Rechtsberatung und Vertragsprüfung. Website mit umfangreichen Infos, Musterverträgen und Beiträgen über heimische MusikerInnen. Guter Newsletter.

[wienXtra-jugendinfo](#)

1., Babenbergerstraße 1 / Ecke Burgring

Mo-Mi 14:00-19:00, Do-Sa 13:00-18:00

Tel: 01/4000-84 100

jugendinfo@wienXtra.at

www.jugendinfo.wien.at

www.ticketliste.at

Service-Einrichtung für junge Leute in Wien zwischen 13 und 26 Jahren. Kostenlose Information und Beratung zu allen Themen, die Jugendliche interessieren und betreffen. Unter anderem Informationen und Vorverkauf für Konzerte in Wien, Beratung zum Thema Events (Partys, Konzerte) organisieren.

[wienXtra-soundbase](#)

8., Friedrich-Schmidt-Platz 5

Tel. 01/4000-84 385

soundbase@wienXtra.at

www.soundbase.at

Diverse Projekte für junge MusikerInnen in Wien: professionelle Bewertung deiner Musik (feedBack), eine offene Bühne (acousticClub), MIT Musik-Informations-Tage, Proberäume (probeRaum), einen Bandwettbewerb (podium.wien) und ein Musikforum (<http://foren.wienxtra.at/forenrubrik/soundbase>).

Papierkram ist unumgänglich. Schreibtischansicht bei Col Legno.

Musikergilde

5., Gartengasse 22

Tel. 01/544 55 99

hilfe@musikergilde.at

www.musikergilde.at

Verein mit kostenpflichtiger Mitgliedschaft. Bietet für Mitglieder Rechtshilfe, Musterverträge und vieles mehr an.

Bundesministerium für Finanzen

Eine Auflistung aller Finanzämter, deren Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten unter:

www.bmf.gv.at

WKO - Wirtschaftskammer Österreich

4., Wiedner Hauptstraße 63

Tel. 05/90 900

office@wko.at

www.wko.at

→ Kontaktmöglichkeiten nach Bundesland und Thema auf Website.

Interessensvertretung der österreichischen Unternehmen. Informationen und Beratung zu Gewerbefragen, Unternehmensgründung (Gründerservice siehe S. 20) uvm.

ÖSV (Österreichischer Steuerverein)

Alpenstraße 107

5020 Salzburg

Tel. 0662/632742

verwaltung@steuerverein.at

www.steuerverein.at

Steuer-Infos und Tipps für Selbständige, Angestellte und Unternehmen. Website mit Steuer-Rechner, Tabellen, Formularen, Musterschreiben, Adressen von SteuerberaterInnen uvm. Kostenlose Erstberatung für Selbständige, persönliche Beratung sonst kostenpflichtig.

Verwertungsgesellschaften

AKM - Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger

3., Baumannstraße 10

Tel. 01/50717-0

Unterschiedliche E-Mail Adressen je nach Bundesland und Thema, zu finden unter:

www.akm.at

LSG - Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten Ges.m.b.H.

1., Wipplingerstraße 20/5

Tel. 01/587 17 92

office@lsg-interpreten.com

www.lsg-interpreten.at

Austro Mechana - Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte Ges.m.b.H.

3., Baumannstraße 10

1031 Wien, Postfach 55

Tel. 01/71787-0

office@aume.at

www.aume.at

Creative Commons/Freie Musikportale

Creative Commons

<http://wiki.creativecommons.org>

Freie Musik-Portale

www.nolabel.at (enthält CC-Suchfunktion)

<http://femalepressure.net/opensounds>

www.jamendo.com

www.magnatune.com

<http://ccmixter.org> (CC-Musik für DJs und Remixe)

<http://freemusicarchive.org>

www.tonspion.de

www.musopen.com (klassische Musik mit

abgelaufenem Urheberschutz, unter freier Lizenz neu eingespielt)

Ausgewählte Fördermöglichkeiten

Wir haben an dieser Stelle die wichtigsten Fördermöglichkeiten, die für Newcomer Sinn machen, aufgelistet. Beratung zur Antragstellung und Informationen über eventuelle weitere Fördermöglichkeiten bekommst du kostenlos im mica.

CDemoWerk

Tel. 01/4000-83 462

gerhard.vellusig@wienextra.at

www.cdemowerk.at

Ermöglicht MusikerInnen in Wien unter 25 Jahren günstige Aufnahme einer Demo-CD: zwei Tage Tonstudio mit Betreuung durch einen Tontechniker um € 110,- oder drei Tage Tonstudio mit eigenem/eigener TontechnikerIn um € 150,-. Termin telefonisch zu vereinbaren.

Cash for Culture

Basis.Kultur.Wien, Wiener Volksbildungswerk

15., Vogelweidplatz 9

Tel. 01/982 24 61 134

bachmann@basiskultur.at

www.cashforculture.at

Förderprogramm der Stadt Wien für kulturelle Projekte aller Art von Jugendlichen in Wien im Alter von 13 bis 23 Jahren. Die eingereichten Projekte werden mit maximal € 1.000,- gefördert. Bei der Einreichung und bei der Umsetzung deines Projektes helfen dir auch die „Coaches“ von Cash for Culture.

SKE Fonds der Austro Mechana

3., Ungargasse 11/9

Tel. 01/71 36 936

markus.lidauer@aume.at / silke.michel@aume.at

www.ske-fonds.at

Fördereinrichtung der Austro Mechana für KomponistInnen. Neben anderen Bereichen werden auch CD-Produktionen unterstützt. Keine Einreichfristen. Die Mitgliedschaft bei der Austro Mechana ist verpflichtend.

Österreichischer Musikfonds

(Verein Österreichische Musikförderung)

13., Lainzerstraße 11/Top 12

Postadresse: 13., Postfach 130

Tel. 01/710 6000

office@musikfonds.at

www.musikfonds.at

Förderung für professionelle Musikproduktionen, die mit österreichischen Firmen durchgeführt werden. Relativ aufwändige Anträge inkl. Kalkulationen, Vermarktungskonzepte etc. Formulare sind online auszufüllen und danach per Post zu schicken. Die höchste Fördersumme ist € 50.000,-. Max. 50% der Kosten werden bewilligt.

Für LabelgründerInnen

Vereine

www.help.gv.at → Home → Freizeit und Mobilität → Vereine

www.bmi.gv.at → Aufgabengebiete → Vereinswesen
www.vereinsrecht.at
www.vereinsportal.at

Unternehmen

Fachverband der Film- und Musikindustrie Österreichs, Film und Music Austria (FAMA)

Wiedner Hauptstraße 63

1045 Wien

P.O.Box 327

Tel. 05/90 900 3010

mueller@fama.or.at

www.filmundmusicaustria.at

Bieten als gesetzliche Interessensvertretung Information, Beratung und Unterstützung für die jeweiligen Mitglieder.

Gründerservice

Wirtschaftskammer Österreich

gruender@wko.at

www.gruenderservice.net

Servicestellen in jedem Bundesland, Adressen und Kontakt auf Website.

Kostenlose Beratung zum Thema Unternehmensgründung und Unternehmensformen persönlich oder telefonisch. Gute Website mit vielen Informationen und Leitfäden.

Schutz des Markennamens

Österreichisches Patentamt

20., Dresdner Straße 87

Postfach 95

Tel. 01/534 24-76 (Service-Line)

info@patentamt.at

www.patentamt.at

Labelverbände

VTMÖ – Verband unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten Österreich

1., Sterngasse 11/12

Tel. 0664/25 60 600

office@indies.at

www.vtmoe.org

Dachverband der unabhängigen österreichischen Musiklabels, Verein mit kostenpflichtiger Mitgliedschaft.

IFPI Austria – Verband der österreichischen Musikwirtschaft

1., Seilerstätte 18-20/Mezzanin

Tel. 01/535 60 35

office@ifpi.at

www.ifpi.at

Verband der österreichischen Tochterfirmen der Major Labels und einiger Indie-Labels. Kostenpflichtige Mitgliedschaft.

IMPALA – Independent Music Companies Association

Coudenberg, 70

1000 Brussels, Belgium

Tel. +32 2 503 31 38

info@impalamusic.org

www.impalasites.org

Independent Music Publishers and Labels

Association: Europäische Interessensvertretung der Independent Labels und Independent Vertriebe.

MERLIN

Damrak 377 Kamer 38

1012 ZJ, Amsterdam, Niederlande

info@merlinnetwork.org

www.merlinnetwork.org

Weltweite Mitgliederorganisation mit dem Ziel, die weltweite Verwertung der Musikrechte für unabhängige Musikunternehmen zu erleichtern. Vertretung des Repertoires abseits der Majors. Jedes Unternehmen, das unabhängig ist und Leistungsschutzrechte hält kann Mitglied werden.

SCHLAGWORTVERZEICHNIS



Browsen... im Vinylangebot vom Rave Up Recordstore.

360° Deals	17
Aggregatoren	26
Anmeldung Label	19
Anmeldung Tonträgerproduktion	12
AKM	5, 9, 16
Austro Mechana / AUME	5, 9, 12, 16
Amazon	26
Barcode	13
Creative Commons	16
Demo-CD	4
Direct to Fan Marketing Services	26
Download	5, 7, 16
Facebook	5
Förderungen	30
Gewerbeberechtigung	19
Glasmaster	10,11
GTIN-Code	13
Gründerservice	20, 31
Gründung Label	19
HAP	22
Interpret/In	7
ISRC-Code	13
iTunes	26
LC-Code	13
LSG	9, 19
Master	10, 11
Matrize	10, 11
Mechanische Rechte	7, 9
Multiple Rights Deal	17
Netzlabel	16
Presswerk	4, 5, 10, 12
ProduzentIn	7, 8, 9, 12
Steuern	27
Stream	5
Strichcode	13
Territory	22
Track ID	10, 11, 13
Verein	20, 31
Verlag	9, 17, 21
Verkauf	4, 13, 19, 22-26, 27
Verträge	8, 17, 21, 25
Verwertungsrechte	8, 9
Verwertungsgesellschaft	9
Vinyl	10, 11
Wirtschaftskammer	19-20, 31

Impressum:

wienXtra in Kooperation mit der MA 13-Fachbereich Jugend und
in Zusammenarbeit mit mica – music austria.

F.d.l.v.: Stefan Kühne

Redaktion: Franz Hergovich, Simone Mathys-Parnreiter

Grafik: Stefan Rauter

Fotos: Simone Mathys-Parnreiter außer Umschlag und S. 32 Christian „Dent“ König / Rave Up

Alle: 1082 Wien, Friederich Schmidt-Platz 5

Februar 2012

ALON
HERREN

DA
SPECIALIST INDE

wienXtra-jugendinfo
INFOS
BERATUNG
TICKETS
MOBILE INFO
EU-Programm JUGEND IN AKTION

Tel. 01/4000-84 100
1., Babenbergerstraße 1 / Ecke Burgring
Mo-Mi 14:00-19:00, Do-Sa 13:00-18:00
jugendinfowien@wienXtra.at
www.jugendinfowien.at
www.ticketliste.at
<http://foren.wienXtra.at>

wienXtra-soundbase

8., Friedrich-Schmidt-Platz 5
Tel. 01/4000-84 385
soundbase@wienXtra.at
www.soundbase.at

mica – music austria

Tel. 01/521 04-0
7., Stiftgasse 29
office@musicaustria.at
www.musicaustria.at

