



AUFGABEN EINES MUSIKVERLAGES oder WAS MACHT EIGENTLICH EIN MUSIKVERLAG HEUTE?

Jeder weiss, was ein Buchverlag macht, doch die wenigsten wissen, was es mit einem Musikverlag auf sich hat. Dabei sind die Aufgaben des Musikverlages äußerst vielfältig: War er früher „nur“ Notenproduzent, kümmert er sich heute im weitesten Sinne um die Verbreitung der Musik auf unterschiedlichsten Wegen und vor allem: um die Rechte der Komponisten, Textdichter, Bearbeiter sowie der internationalen Verlage und deren Autoren.

Noch vor einigen Jahrzehnten hätten die meisten der inzwischen rund 560 Mitgliedsfirmen des Deutschen Musikverleger-Verbandes (DMV, Sitz in Bonn) auf die Eingangsfrage geantwortet: Noten herstellen. Doch das Berufs- und Aufgabenspektrum der Verlage hat sich gewandelt.

Natürlich werden nach wie vor noch Noten produziert, und nach wie vor gibt es viele gut sortierte Musikalienhändler in Deutschland, die diese Noten anbieten und verkaufen. Wirtschaftlich gesehen spielt der Notensatz jedoch nur eine untergeordnete Rolle mit ca. 15 % Anteil am gesamten Musikverlagswesen. Der Löwenanteil der Verlegerumsätze (in 2000 gesamt: 650 Mio. Euro) hingegen wird mit Lizenzeinnahmen aus Plattenverkäufen und -produktionen, Radio- und Fernsehsendungen, Konzerten, Film- und Werbemusik und Synchronisationsrechten oder Klingeltonverkäufen erzielt. Für viele Musikverlage liegt der Schwerpunkt daher auf der Auswertung von Urheberrechten, die über die reine Notenherstellung hinausgehen. Durch die fortschreitende technologische Entwicklung haben sich neue Nutzungsarten entwickelt, die kontinuierlich an Gewicht gewonnen haben und auch zukünftig wird sich dieser Prozess fortsetzen. Trotz der in Relation schwindenden Bedeutung des Notengeschäfts ist es allerdings erstaunlich, dass der Absatz von Noten und Musikbüchern nach Einschätzung des Gesamtverbandes Deutscher Musikfachgeschäfte (GDM) seit Jahren stabil bleibt.

Die Aufgaben bekommt der Musikverlag von seinen Komponisten und Textdichtern sowie seinen internationalen Partnern übertragen: Der Musikverlag hat die sich aus dem Urheberrecht ergebenden Nutzungsrechte optimal auszuwerten.

In der aktuellen Verlagstätigkeit beschäftigt sich eine überwiegende Anzahl von Verlegern z.B. mit der Vermittlung und Lizenzierung von Schallplatten- und Video-Produktionen und mit der Lizenzierung von Musik in Film und Werbung – sowohl online wie auch offline - auch im internationalen Kontext. Der Auswertung von Klingeltönen kommt seit geraumer Zeit eine besondere Bedeutung zu und wird zu einer neuen Herausforderung für die Urheber und deren Vertreter, ebenso wie die neuen mobilen Techniken der Musikknutzung.

Der Musikverlag wird damit zum wichtigsten Multiplikator im Kultur- und Wirtschaftsleben, zum Bindeglied zwischen dem Komponisten und Autor auf der einen und den Künstlern und ausübenden Musikern sowie den zahlreichen Musikkonsumenten auf der anderen Seite. Hier heißt es gleichermaßen, Tendenzen vorherzusehen wie Entwicklungslinien vorzuzeichnen. Im Musikverlag vereinigen sich daher im Idealfall die Mitgestaltung des Kulturlebens und wirtschaftlicher Erfolg.

Der DMV, der im Jahre 2004 in Berlin sein 175-jähriges Bestehen feiert und damit zu den ältesten deutschen Berufsvereinigungen zählt, arbeitet im Notengeschäft eng mit seinem "größeren Bruder", dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Frankfurt/Main) zusammen. Neue technologische Entwicklungstrends wie POD ("Print on Demand") und der Online-Vertrieb von Musikalien und Nutzungsrechten über das Internet werden als neue Vermarktungsstrukturen erkannt und aufgegriffen. So präsentiert sich der DMV gerüstet für die Musik des 21. Jahrhunderts.