

Musikrechte für Kinowerbung

Für **regionale Kinowerbung** empfehlen wir die Verwendung der in unserem Produktionsangebot enthaltenen Archivmusik.

Bei der Verwendung rechtlich geschützter Original-Musik werden **drei** unterschiedliche, getrennt zu erwerbende **Lizenzrechte** berührt:

1. Urheberrechte des Komponisten
2. Herstellungs-/Leistungsschutzrechte des Produzenten/Interpreten
3. Aufführungs- und Vervielfältigungsrechte (GEMA)

Zunächst ist festzustellen, welchen konkreten **Titel** aus welcher **Veröffentlichung** (in der Regel CD) der Kunde verwenden will.

Die weit verbreitete Meinung, ein kurzes 'Anspielen' rechtlich geschützter Musik sei lizenzfrei erlaubt, ist falsch.

Ob Teil-Verwendung oder volle Länge, die Lizenzgebühren sind gleich.

Im Vergleich zur TV-Werbung wird bundesweite Kinowerbung bei den Musik-Verlagen generell doppelt so hoch = teuer eingestuft.

Zum Erwerb der Rechte 1 und 2 werden den Rechte-Inhabern, in der Regel Musikverlage, die Angaben zur geplanten Verwendung des Musikstücks übermittelt:

- Lauflänge des Werbemittels,
- Einsatzorte/Kinos,
- Zeitraum und Budget der geplanten Schaltung.

Beispiel-Kalkulation:

Für die Verwendung des Titels „Schaffe, schaffe, Häusle baue“ von Ralf Bendix in einem 20 Sek. Kinospot, geschaltet parallel in drei Kinos über ein Jahr, wären z. B. fällig:

1. Urheberrechte Musikverlag Gering € **1.250,-** (netto)
2. Herstellungs-/Leistungsschutzrechte an der verwendeten Aufnahme auf CD, Musikverlag EMI € **1.250,-** (netto)
3. Gema-Gebühren **entfallen**, da dies für die Kinowerbung über einen Pauschalvertrag zwischen der GEMA und dem Kinoverband geregelt ist.