

Daniela Bräunig

**Marktanalyse der Tonträgerindustrie -
Motive und Auswirkungen von
Musikpiraterie, Strategien der
Pirateriebekämpfung**

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Fachhochschule für Technik und Wirtschaft
Wirtschaftswissenschaften I
Fachbereich 3
Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades einer Diplom-Kauffrau (FH):

Marktanalyse der Tonträgerindustrie
- Motive und Auswirkungen von Musikpiraterie,
Strategien der Pirateriebekämpfung -

Vorgelegt von:

Daniela Bräunig

Berlin, den 10. Februar 2003

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS	I
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	V
1 EINLEITUNG	1
1.1 ZUR THEMENSTELLUNG	2
1.2 VORGEHENSWEISE	2
2 DIE TONTRÄGERINDUSTRIE	4
2.1 AKTEURE DER MUSIKWIRTSCHAFT	4
2.1.1 <i>Künstler</i>	5
2.1.2 <i>Plattenfirma (Label)</i>	5
2.1.3 <i>Tonträgerhersteller</i>	6
2.1.4 <i>Musikverlag</i>	6
2.1.5 <i>Verwertungsgesellschaften</i>	7
2.1.5.1 Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte	8
2.1.5.2 Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH	9
2.1.5.3 Zentralstelle für privates Überspielungsrecht	9
2.2 DER TONTRÄGERHANDEL.....	9
2.2.1 <i>Struktur und Formen des Tonträgerhandels</i>	10
2.2.1.1 Großbetriebsformen.....	10
2.2.1.2 Filialunternehmen, Facheinzelhandel, Verbrauchermarkt	11
2.2.1.3 Versandhandel und Club	12
2.2.2 <i>Vertriebsstrukturen im Einzelhandel</i>	13
2.3 UMSATZ- UND ABSATZENTWICKLUNG DES TONTRÄGERMARKTES.....	14
2.3.1 <i>Umsatzentwicklung</i>	14
2.3.2 <i>Tonträgerabsatz</i>	16
2.3.3 <i>Käuferreichweite und Kaufintensität</i>	17
2.3.4 <i>Internationale Umsatz- und Absatzentwicklung</i>	19
3 TONTRÄGERPIRATERIE	21
3.1 ARTEN DER TRADITIONELLEN TONTRÄGERPIRATERIE	22
3.1.1 <i>Bootleg</i>	23
3.1.2 <i>Raubkopie</i>	24
3.1.3 <i>Raubkoppelung</i>	24
3.1.4 <i>Raub-Mix</i>	25
3.1.5 <i>Identfälschung</i>	25
3.1.6 <i>Überpressung</i>	26
3.2 NEUE FORMEN DER TONTRÄGERPIRATERIE	26
3.2.1 <i>Onlinepiraterie</i>	26
3.2.1.1 Entwicklung und Funktionsweise von MP3	27
3.2.1.2 Filesharing	29
3.2.2 <i>Schulhofpiraterie</i>	30
3.3 UMSATZVERLUSTE DURCH ONLINEPIRATERIE UND PRIVATE VERVIELFÄLTIGUNG.....	32
3.4 MOTIVE DER MUSIKPIRATEN.....	34
4 SCHUTZ DES GEISTIGEN EIGENTUMS IN DER MUSIKWIRTSCHAFT	38
4.1 URHEBERRECHTSGESETZ	38
4.1.1 <i>Urheberpersönlichkeitsrecht</i>	39
4.1.2 <i>Verwertungsrechte</i>	39
4.1.2.1 Vervielfältigungsrecht	40
4.1.2.2 Verbreitungsrecht	41
4.1.2.3 Wiedergaberecht.....	41
4.1.3 <i>Schranken des Urheberrechts</i>	42

4.1.3.1 Schutzdauer	42
4.1.3.2 Vervielfältigungen zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch.....	42
4.1.4 Leistungsschutzrechte	44
4.1.4.1 Schutz des ausübenden Künstlers.....	44
4.1.4.2 Rechte des Tonträgerherstellers.....	45
4.1.5 Rechtsverfolgung.....	45
4.1.5.1 Zivilrechtliche Folgen	46
4.1.5.2 Strafrechtliche Folgen	46
4.2 PRODUKTPIRATERIEGESETZ	47
4.3 REVIDIERTE BERNER ÜBEREINKUNFT	47
4.4 ROM-ABKOMMEN.....	48
4.5 TRIPS- ABKOMMEN	48
5 STRATEGIEN UND INITIATIVEN DER MUSIKWIRTSCHAFT GEGEN DIE TONTRÄGERPIRATERIE.....	50
5.1 WIRTSCHAFTLICHE MAßNAHMEN	50
5.2 RECHTLICHE MAßNAHMEN	51
5.2.1 <i>Novellierung des Urheberrechts</i>	52
5.2.2 <i>Anpassung und Einführung neuer Geräteabgaben</i>	54
5.3 TECHNISCHE MAßNAHMEN	55
5.3.1 <i>Digital Rights Management</i>	56
5.3.2 <i>Serial Copy Management System</i>	58
5.4 STRATEGISCHE MARKETINGMAßNAHMEN	58
5.4.1 <i>Distributionspolitische Maßnahmen</i>	59
5.4.2 <i>Produktpolitische Maßnahmen</i>	62
5.4.3 <i>Preispolitische Maßnahmen</i>	65
5.4.4 <i>Kommunikationspolitische Maßnahmen</i>	66
6 FAZIT.....	68
LITERATURVERZEICHNIS	VII

Abkürzungsverzeichnis

BITKOM	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
BMG	Bertelsmann Music Group, Tochter der Bertelsmann AG
CD	Compact Disc
CD-R	Compact Disc Recordable
DAT	Digital Audio Tape
DRM	Digital Rights Management
DVD	Digital Versatile Disc
EMI	Entertainment Music Industry
et al.	und andere
EU	Europäische Union
FTP	File Transfer Protocol
GEMA	Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung
GVL	Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry (Weltverband der Tonträgerhersteller)
ISDN	Integrated Services Digital Network (Digitales Netz der Telekom)
LP	Langspielplatte
MB	Mega-Byte
MC	Music Cassette
MP3	Motion Picture Experts Group 1 Layer 3
MOD	Music on Demand
P2P	Peer to Peer
PC	Personal Computer
PrPG	Produktpirateriegesetz
RBÜ	Revidierte Berner Übereinkunft
SACD	Super Audio Compact Disc
SDMI	Secure Digital Music Initiative
TRIPS	Trade related Aspects of Intellectual Property Rights
upm-LP	Umdrehung pro Minute-Langspielplatte
UrhG	Urheberrechtsgesetz
UrhWG	Urheberrechtswahrnehmungsgesetz

VG Wort	Verwertungsgesellschaft Wort
VWG	Verwertungsgesellschaft
WOM	World Of Music (Großhandelskette spezialisiert auf Tonträger)
www	World Wide Web
ZPÜ	Zentralstelle für privates Überspielungsrecht

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gesamtumsatz des Tonträgermarktes in der Bundesrepublik Deutschland.....	15
Abbildung 2: Umsatzanteile der einzelnen Repertoiresegmente am Gesamtumsatz 2001.....	16
Abbildung 3: Käuferreichweite und Kaufintensität.....	18
Abbildung 4: Umsatzentwicklung der zehn wichtigsten Tonträgermärkte 1999 – 2001.....	20
Abbildung 5: Die weltweit größten Pirateriemärkte.....	22
Abbildung 6: Peer-to-Peer-Netzwerke.....	30
Abbildung 7: Wert der Privatkopien und Piraterieprodukte.....	32
Abbildung 8: Absatz und Umsatz unbespielter CD-Rs/CD-RW.....	33
Abbildung 9: Beschäftigte in der deutschen Tonträgerbranche.....	34
Abbildung 10: Gründe für das CD-Brennen.....	37
Abbildung 11: Logo zur Kennzeichnung kopiergeschützter CDs.....	54

1 Einleitung

„Die Musikwirtschaft hat ein brennendes Problem.“

Gerd Gebhardt, Vorstandsvorsitzender des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft und der deutschen Landesgruppe der IFPI e.V.

Im vergangenen Jahr verzeichnete die Tonträgerindustrie erneut massive Umsatzrückgänge. Zentrale Ursache für diese negative Marktentwicklung ist ein dramatischer Anstieg des CD-Brennens sowie die kostenlose Verfügbarkeit von Musik im Internet. Beide Probleme hängen eng miteinander zusammen. Der kostenlose Tausch urheberrechtlich geschützter Musikstücke über das Internet wäre nicht so gefährlich, würde sich die gestohlene Musik nicht so einfach auf CD-Rohlinge übertragen lassen.

Die Nutzung des Internets, komprimierte Formate für Sounddateien (z.B. MP3), die Erhöhung der Bandbreite bei der Internetverbindung sowie die starke Verbreitung von CD-Brennern stellen die Branche vor erhebliche Herausforderungen. Von den aktuellen technologischen und strukturellen Entwicklungen wird die Tonträgerindustrie besonders stark tangiert.

Die bisherigen Strukturen von Vertrieb, Marketing und Rechteverwertung müssen sich grundlegend ändern. Unternehmen, die sich nicht schnell genug auf die neuen Marktbedingungen einstellen, werden es schwer haben, diesen tief greifenden Strukturwandel zu überstehen.

Musik ist nicht nur ein wichtiger Kulturfaktor, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Das massenhafte Kopieren von Musik stört die Funktionsfähigkeit des Marktes fundamental. Die Piraterie bedroht die Existenzgrundlage von Künstlern ebenso wie von Herstellern, Verlagen und Fachhandel.

Die Unternehmen sind gezwungen, ihre Angebote zu schützen und gegen Piraten vorzugehen. Zur Schaffung von geeigneten Schutz- und Gegenmaßnahmen bedarf es zusätzlicher Bemühungen innerhalb des Marketing-Mixes. Notwendig sind z.B. kommunikationspolitische Kampagnen, die den Kunden über das Problem „Piraterie“ aufklären, produktpolitische Maßnahmen, wie der Einbau von Kopierschutzmaßnahmen und vertriebspolitische Veränderungen, um sich auf die wachsende Bedeutung des Vertriebes von Musik über das Internet einzustellen.

Es besteht akuter Handlungsbedarf und damit die Forderung nach schnellen Lösungen, um die weitere dramatische Talfahrt der deutschen Tonträgerindustrie zu beenden.