



MUSIKLAND NIEDERSACHSEN
**3. FACHTAG NIEDERSÄCHSISCHER
FESTIVALMACHER**

Recht & Ordnung:

Orientierung bei juristischen Fragen

10. Februar 2011



MUSIKLAND
NIEDERSACHSEN

RECHT & ORDNUNG

Orientierung bei juristischen Fragen

3. Fachtag Niedersächsischer Festivalmacher

Donnerstag, 10. Februar 2011

Niedersächsische Sparkassenstiftung, Schiffgraben 6-8, 30159 Hannover

12.00	Ankunft der Tagungsteilnehmer, Begrüßung	
12.20	Sonderabgaben Umsatzsteuer, Ausländersteuer & KSK <i>Forum</i>	Klaus Thorwesten, GF Lagerhalle Osnabrück, Regionalberatung West für die Landesarbeitsgemeinschaft Soziokultur
	Tipps & Tricks bei der Vertragsgestaltung Personalfragen und Umgang mit Agenturen <i>Raum 2</i>	Olaf C. Sauer, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht, DAMM & MANN, Hamburg
14.00	Pause	
14.30	Unkonventionelle Veranstaltungsstätten Welche rechtlichen Bestimmungen (NVStättVO, BGV C 1) sind zu beachten? Wie überzeuge ich den Hausherrn? <i>Forum</i>	Kerstin Klode, Versammlungsstätten Beratung, Information, Schulung, Potsdam-Babelsberg
	Rechtliche Stolperfallen im sozialen Netz Wie Sie Abmahnungen und Plattformsanktionen bei Facebook, Twitter & Co vermeiden. <i>Raum 2</i>	Thomas Schwenke, Rechtsanwalt Schwenke & Dramburg, Berlin
16:00	Kaffee	
16.30	Urheberrecht im Festivalbereich ein Gespräch mit der GEMA <i>Forum</i>	Lorenz Schmid, Bezirksdirektor der GEMA Hamburg
18.00	Ende der Konferenz	
18.30	Informeller Ausklang	Bar HeimW, Theaterstraße 6, Hannover

Inhaltsverzeichnis

Klaus Thorwesten: Sonderabgaben	2
Olaf C. Sauer: Tipps & Tricks bei der Vertragsgestaltung in der Veranstaltungsbranche	4
Kerstin Klode: Unkonventionelle Versammlungsstätten	14
Thomas Schwenke: Rechtliche Stolperfallen im sozialen Netz	16
Lorenz Schmid: Urheberrecht im Festivalbereich	20

Klaus Thorwesten: Sonderabgaben

Der Vortrag beschäftigt sich mit den Themen Umsatzsteuer, Ausländersteuer und Künstlersozialkasse (KSK).¹ Die Künstlersozialversicherung (KSV) ist Teil der gesetzlichen Sozialversicherung. Sie ermöglicht freischaffenden Künstlern und Publizisten Zugang zur gesetzlichen Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung, wobei diese lediglich die Arbeitnehmerbeiträge zahlen. Für die Versicherungsveranlagung und die Beitragserhebung ist die KSK zuständig, die eine Versicherungspflicht prüft. Ausschlaggebend ist i.d.R. eine dauerhaft selbstständige Erwerbstätigkeit als Künstler oder Publizist im Inland. Die Versicherungsbeiträge werden jeweils zur Hälfte durch den Künstler und den Verwerter (Theater, Verlag, Rundfunk etc.: sie sind in dem Zusammenhang einem „Arbeitgeber“ gleichzusetzen) entrichtet. Im Jahr 2011 beträgt der Anteil 3,9 Prozent an den Nettoszahlungen. Daher dürfen Umsatzsteuer, GEMA-Abgaben, Reisekosten im Rahmen der steuerlichen Freigrenzen und Übungsleiterpauschalen nicht Grundlage der Berechnung sein. Generell ist anzumerken, dass Reise- und Übernachtungskosten klar mit Belegen dokumentiert sein müssen, da ansonsten dahinter eine versteckte Gage vermutet werden könne.

Bestimmte Berufsgruppen werden trotz eines vermeintlich künstlerischen Handwerks nicht als Künstler bewertet. Ein Klinik-Clown, der in Krankenhäusern für junge Patienten ein Programm anbietet, gilt als Therapeut, wohingegen ein Grafiker, der neben seiner künstlerischen Arbeit auch mit der (technischen) Reinzeichnung beschäftigt ist, als abführungspflichtig gilt.

Besteht der Vertrag nicht direkt zwischen Künstler und Verwerter, sondern handelt es sich um ein Kommissionsgeschäft mit zwischengeschalteter Agentur, so ist diese bzw. das Vermittlerunternehmen eines Künstlers zahlungspflichtig bei Leistungen an Private oder Nicht-Pflichtige, beispielsweise im Rahmen einer einmaligen Sportvereinsfeier. Die Agentur zahlt auch, sofern keine reine Vermittlung stattgefunden hat: Wenn Künstler die Leistung an eine Agentur liefern und diese im Vertragsverhältnis mit einem Veranstalter steht.

Generell gilt, dass alle Unternehmen meldepflichtig sind, indem sie sämtliche geleistete Entgelte jährlich anmelden. Daraus errechnet sich auf Basis der Vorjahreswerte der Betrag der monatlichen Vorauszahlungen, wobei Überzahlungen und Fehlbeträge am Ende des Jahres ausgeglichen werden. Im Falle von Nachzahlungen gibt es die Möglichkeit, Ratenzahlungen zu vereinbaren, wohingegen die Auflagen für einen (Teil-) Erlass sehr hoch sind.

Während dieses Verfahren für Inländer gilt, greift für Veranstalter, die Künstler mit (einem überwiegend genutzten) Wohnsitz im Ausland

¹ Als weiterführende Literatur empfiehlt der Referent folgendes Buch, das auch über die

engagieren, die Ausländersteuer – die Nationalität ist daher nicht ausschlaggebend. Als Steuerschuldner gilt der Veranstalter, da dieser für das Finanzamt am Veranstaltungsort permanenter Ansprechpartner ist. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass einzig die Darbietung eine Besteuerung auslöst, nicht aber die Leistung werkschaffender Künstler (Regisseure, Bühnenbildner etc.). Bei Amateuren und Laien ist zu beachten, dass ihnen die Kosten erstattet werden.

Der Abzugssteuersatz beträgt bei Einnahmen über 250 Euro 15 Prozent zzgl. 5,5 Prozent Solidaritätsbeitrag (auf den zu versteuernden Betrag) jeweils für einen Steuerpflichtigen. Bei geringeren Einkommen ist keine Abgabe fällig. Bei Ensembles wird eine Pro-Kopf-Gage errechnet, um den zu versteuernden Betrag zu ermitteln. Sollte die Pro-Kopf-Gage auch hier unter der Grenze von 250 Euro liegen, fallen keine fiskalischen Abgaben an. Bei Ensembles mit Einzelverträgen (z.B. für Dirigenten, Konzertmeister) gilt das individuell festgehaltene Honorar als Grundlage. Ist der Vertragspartner hingegen eine juristische Person oder eine Körperschaft, greift automatisch der Steuersatz des o.g. Grenzwertes. In jedem Falle ist eine Veranstaltung – auch als „Null-Meldung“ – zu melden. Sollte der musikalische Leiter eines ausländischen Orchesters ein Inländer als Vertragspartner sein, so ist hinsichtlich der Versteuerung zu klären, welches Maß die Vermittlungsleistung der Agentur beträgt.

Als Gesamteinnahmen werden seit 2009 alle Leistungen gemäß vertraglicher Abmachungen definiert (Gage, Miete, Bühnenbild etc.), dagegen werden Fahrt- und Übernachtungskosten sowie Verpflegungsmehraufwendungen nicht in die Bemessungsgrundlage einbezogen. Somit ist auch bei einer Pro-Kopf-Gage von weniger als 250 Euro die Steuer zu entrichten, wenn Instrumentenmieten o.ä. hinzukommen.

Hinsichtlich der Abrechnung gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder werden vom vereinbarten Honorar die Abgaben einbehalten („Bruttovereinbarung“), oder es wird das vereinbarte Honorar ausbezahlt, so dass der Veranstalter den steuerlichen Mehraufwand trägt („Nettovereinbarung“). Das zweite Verfahren ist der übliche Weg.

Zudem wird auf die Umsatzsteuer hingewiesen, die auf die gezahlte Gesamtleistung zu entrichten und an das örtliche Finanzamt abzuführen ist. Die Zahlungspflicht besteht grundsätzlich. Eine Quartalsmeldung ist in Papierform oder online erforderlich. Grundsätzlich kann eine Befreiung erfolgen, es muss aber in jedem Fall zunächst eine Freistellungsbescheinigung eingeholt werden. Gründe für eine Befreiung sind das Doppelbesteuerungsabkommen, aber auch für ausländische Kulturvereinigungen und nur bei gesamtwirtschaftlichem Nutzen kann eine Ausnahmeregelung getroffen werden.

Olaf C. Sauer: Tipps & Tricks bei der Vertragsgestaltung in der Veranstaltungsbranche

Da die Festivals in Niedersachsen unterschiedliche und individuelle Rechts- und Organisationformen aufweisen, ist die Rechtslage nicht komplett darstellbar. Besonders im Vertragsrecht kommt es immer auf die genauen Umstände an, daher kann hier nicht auf jede Frage detailliert eingegangen werden. Dennoch gelten bestimmte Grundlagen für die gesamte Veranstaltungsbranche, die im Folgenden dargestellt werden.

Vertragsgestaltung

Im täglichen Geschäft oder in Teilbereichen werden oft keine schriftlichen Verträge geschlossen. Dies funktioniert, solange die Vertrauensbasis es zulässt. Gibt es jedoch Streitigkeiten, fehlen Beweise. Daher ist die Schriftform bei Verträgen sehr zu empfehlen, auch wenn Verträge generell keiner Schriftformerfordernis unterliegen. Im Vorwege sollten alle wesentlichen Details (Leistungsbeschreibung, Vergütung und Haftung) geregelt und schriftlich festgehalten werden.

Praxistipps

E-Mail:

Verschicken Sie in jedem Fall eine E-Mail mit den wesentlichen Vertragsbedingungen. Lassen Sie sich diese bestätigen. Das gesprochene Wort ist flüchtig und oft sehr ungenau. Halten Sie daher alles mündlich Vereinbarte fest. Dies führt auf beiden Seiten zur mehr Klarheit.

Problem:

Aufgrund der Manipulationsmöglichkeiten haben E-Mails nur einen geringen Beweiswert. Einen sog. Anscheinsbeweis, der zum Kippen der Beweislast führt, bietet die E-Mail nicht.

Fax:

Sicherer ist eine Versendung per Fax, wobei Sie zusätzlich den „OK“-Vermerk mit einem Handzeichen versehen – als Nachweis, dass Sie das Fax versendet haben. Faxe können vor Gericht als Anscheinsbeweis anerkannt werden, letztlich besitzen Sie jedoch auch eine beschränkte Beweislast. Lassen sie sich daher auch ein Fax schriftlich bestätigen.

Kaufmännisches Bestätigungsschreiben:

Ein kaufmännisches Bestätigungsschreiben ist eine Besonderheit des kaufmännischen Verkehrs und bewirkt, dass sein Inhalt als Vertragsinhalt gilt.

Voraussetzungen:

- „Selbstständig beruflich am Markt tätig“
- Bezugnahme auf eine getroffene Absprache
- vorhergehende Vertragsverhandlungen
- Zugang in zeitlich unmittelbarem Zusammenhang (max. 5 Tage)

- kein Widerspruch (max. 3 Tage)

Im kaufmännischen Bereich gilt Schweigen als Willenserklärung, wenn die restlichen Voraussetzungen erfüllt sind. Lesen Sie alles achtsam durch und reagieren sie im Zweifel innerhalb von drei Tagen!

Kalkulationsirrtum:

Ein Kalkulationsirrtum ist immer dann nicht anfechtbar, wenn er nicht offen zu Tage tritt. Legen Sie daher im Zweifel Ihre Berechnungsgrundlage offen, um Tipp- oder Rechenfehler im Nachhinein korrigieren zu können. Wenn man sich verrechnet und nur einen Pauschalbetrag nennt, kann die Gegenseite sich darauf berufen, dass der Vertrag geschlossen ist (Motivirrtum). Sind dagegen die Bestandteile der Kalkulation differenziert im Angebot ersichtlich, ist ein Tipp- oder Rechenfehler als offener Kalkulationsirrtum anfechtbar. Listen Sie Leistungen daher möglichst detailliert auf.

Pacta sunt servanda (lat.: Verträge sind einzuhalten) gilt als der wichtigste Grundsatz des Vertragsrechts. Prüfen Sie Ihre Verträge also genau, bevor Sie etwas unterschreiben.

Brauche ich Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)?

Eine gesonderte AGB ist zwar nicht notwendig, meistens sind AGB aber sowieso in Gebrauch, ohne dass es der Verwender weiß: Allgemeine Geschäftsbedingungen sind grundsätzlich alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt (§ 305 Abs. 1 BGB). Ob die Vertragsbedingungen in einem Vertrag stehen oder in einer gesondert formulierten „AGB“, ist rechtlich unerheblich. Sofern die Verträge standardisiert gegenüber vielen Vertragspartnern erfolgen, lohnt es sich in der Regel, der Einfachheit halber die Geschäftsbedingungen in einer gesonderten AGB zu formulieren.

Alle, die Verträge nutzen, nutzen also automatisch AGB, wenn sie nicht alles einzeln aushandeln.

Wie weit man in AGB gehen kann, ist im BGB geregelt. Sie müssen in den Vertragsschluss eingebunden werden, da sie sonst nicht Teil des Vertrags sind. Jede spätere Einbeziehung, insbesondere erst bei Rechnungsstellung, ist gesetzlich irrelevant. Achten Sie daher darauf, dass Sie auf Ihre AGB bereits bei Vertragsschluss ausdrücklich hinweisen und der Vertragspartner in zumutbarer Weise von ihr Kenntnis erlangen kann („AGB liegen auf Anfrage zur Einsicht bereit“, „im Internet“).

Frage: Wie einigt man sich welche AGB gelten, wenn beide Vertragspartner AGB verwenden?

Antwort: Wenn man nichts anderes vereinbart, neutralisieren sich beide AGB. Ansonsten vergleichen beide Vertragspartner ihre AGB und einigen sich welche AGB gelten.

Frage: Wir verkaufen selbst Eintrittskarten. Reicht ein Aushang, um beim Verkauf die AGB offenzulegen oder muss gesondert darauf hingewiesen werden?

Antwort: Die AGB müssen interessengerecht und einsehbar zugänglich gemacht werden. Es reicht, wenn sie am Tresen stehen. Das Beste ist, wenn es auf der Eintrittskarte steht. Vor allem, wenn die Karten online oder telefonisch vertrieben werden.

Frage: Stimmt es, dass viele AGB gar nicht gültig sind?

Antwort: § 305 ff. BGB regelt, was in AGB drinstehen darf und was nicht. AGB, die nicht dem Gesetz genügen, kann man auch wegstreichen. Für vorgefertigte AGB ist das Internet eine schlechte Quelle. Ein Rechtsanwalt kostet am meisten, es ist aber auch am sichersten.

Frage: Häufig werden in Verträgen Dinge vereinbart, die gegen das Gesetz verstoßen, wie z.B. dass der Künstler die KSK selbst zu tragen hat. Was gilt?

Antwort: Alle Klauseln sind zunächst frei vereinbart. Grenze ist und bleibt immer das Gesetz im § 305 BGB. Es ist die Aufgabe des Anwenders, diese Grenze möglichst geschickt auszuloten. Sie dürfen diese Grenze ausreizen, jedoch nicht überschreiten.

Frage: Wir haben in unserem Prospekt ein Anmeldeformular. Reicht es, wenn dort steht, dass die allgemeinen Teilnahmebedingungen gelten und zur Einsicht bereit liegen?

Antwort: Ja. Nach Vertragsschluss sind AGB jedoch wirkungslos.

Wie wahre ich die Schriftform / Vollmacht?

Eine Schriftform kann gesetzlich oder vertraglich vereinbart sein. Es genügt, wenn der Schriftzug wenigstens Andeutungen von Buchstaben erkennen lässt und identifizierbare Züge enthält. Eine bloße Wellenlinie, wie sie immer wieder vorkommt, wahrt die Schriftform nicht. Neben der Schriftform ist die Vollmachtserteilung zu beachten, einseitige Erklärung (z.B. Kündigung) kann mangels Vorlage einer Originalvollmacht zurückgewiesen werden (§ 174 BGB). Bei der Kündigung freier Mitarbeiter ist eine Originalvollmacht vom Geschäftsführer notwendig, damit ein Bevollmächtigter die Kündigung aussprechen kann.

Praxistipp:

Halten Sie als Arbeitgeber immer eine ausreichende Anzahl an Originalvollmachten vor oder hinterlegen Sie solche bei Ihren Mitarbeitern.

Weisen Sie als Empfänger einer Kündigung im Zweifel diese zunächst wegen fehlender Originalvollmacht zurück.

Was muss ich beachten, wenn ich mit anderen im Team zusammenarbeite?

Sobald Sie in einem Team arbeiten und sich gegenseitig verpflichten, einen gemeinsamen Zweck zu erreichen und bestimmte Beiträge dafür zu leisten, handeln Sie als eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (§ 705 BGB). Das bedeutet, dass Ihnen nach den gesetzlichen Regelungen grundsätzlich gemeinschaftlich die Geschäftsführung zusteht, jeder im Zweifel ermächtigt ist, die anderen Gesellschafter Dritten gegenüber zu vertreten und, sofern nichts anderes bestimmt ist, jeder ohne Rücksicht auf die Art und die Größe seines Beitrags einen gleichen Anteil am Gewinn und Verlust des Gesellschaftsvermögens hat. Ferner haften Sie grundsätzlich als Gesamtschuldner (§ 421 ff.) Finden Sie daher im Vorwege Regelungen, wie Sie die Zusammenarbeit gestalten wollen.

Einer der Gesellschafter kann also für den gesamten Haftbetrag in Pflicht genommen werden. Man kann dann nur versuchen, es sich im Innenverhältnis zurückzuholen. Sichern Sie sich also im Falle einer GbR zusätzlich ab und regeln Sie innerhalb der Gesellschaft Vertrauensschutz, Haftung, Vertretung und dessen Kommunikation gegenüber Dritten.

Praxistipp:

Wollen Sie keine Gemeinschaft bürgerlichen Rechts gründen, schließen Sie dies ausdrücklich aus und verhalten sich entsprechend, stellen sich gegenseitig Rechnungen, teilen keine Kosten und verteilen keine anteiligen Gewinne.

Wie kann ich mich davor schützen, dass mir meine Kooperationspartner Kunden abspenstig machen?

Grundsätzlich ist jeder selbstständig tätige Unternehmer berechtigt, seine Dienstleistungen auch den Kunden seiner Vertragspartner anzubieten. Ein Wettbewerbsverbot, das dies ausschließt, kann sich aus den allgemeinen vertraglichen Treuepflichten ergeben. So darf ein Arbeitnehmer nicht im Wettbewerb zu seinem Arbeitgeber tätig werden. Bei Selbstständigen sind solche Treuepflichten erheblich eingeschränkt. Es kann auch eine Kundenschutzvereinbarung getroffen werden, die es ausschließt, dass der Vertragspartner Kunden anspricht, ihnen Angebote unterbreitet oder Angebote entgegennimmt. Für den Zeitraum nach dem Vertragsende sind solche Klauseln nur begrenzt zulässig.

Nachvertragliche Wettbewerbsverbote:

Mit Hilfspersonen kann ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot nur bei Zahlung einer Karenzentschädigung (Mindestens die Hälfte der zuletzt bezogenen vertragsmäßigen Leistungen) vereinbart werden, § 74 HGB

(analog). Bei anderen Kooperationspartnern ist ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot bis zur Grenze der Sittenwidrigkeit möglich (Empfehlung: maximal zwei Jahre, ggf. Entschädigungszahlung).

Praxistipp:

Praxisgerechter können im Einzelfall Re-Engagement-Klauseln sein. Diese sehen eine Umsatzbeteiligung für solche Geschäfte vor, die der Kooperationspartner mit den eigenen Kunden erzielt. Solche Vereinbarungen müssen ebenfalls die Grenzen der Sittenwidrigkeit im Einzelfall wahren, sind allerdings weitergehend möglich.

Frage: Kann ich mit einem Künstler verhandeln, dass er in einem bestimmten Zeitraum in einem gewissen Umkreis nicht auftreten darf?

Antwort: Ein Exklusivitätsschutz ist in bestimmten Grenzen möglich, er darf den anderen nicht in seiner Berufsfreiheit einschränken. Dies muss in jeder Situation individuell entschieden werden.

Für eine Zuwiderhandlung muss eine Vertragsstrafe vereinbart sein. Ist diese zu hoch, ist die Klausel insgesamt ungültig. Ein angemessenes Verhältnis zum Schaden wäre z.B. bei einer Gage von 5.000 Euro eine Strafe von 5.000 Euro. Bei Arbeitnehmern wird oft ein Monatsentgelt als Strafe festgesetzt.

Frage: Bleiben schon zustande gekommene Verträge diesbezüglich unberührt?

Antwort: Ja, aber Sie können nachträglich zusätzlich einen Exklusivitätsschutz vereinbaren.

Kann ich meine Haftung ausschließen?

Nach den allgemeinen Bestimmungen des BGB kann man im Voraus jede fahrlässige, auch grob fahrlässige Haftung ausschließen. Lediglich die Haftung wegen Vorsatzes kann nicht im Voraus erlassen werden (§ 276 Abs. 3 BGB).

Ein solcher sehr weitgehender Haftungsausschluss ist allerdings dann nicht möglich, wenn er im Rahmen von Allgemeinen Geschäftsbedingungen erfolgt (nicht nur in ausdrücklich als „AGB“ bezeichneten Regelungen, s.o.)

Ausdrücklich für Verbraucher (allerdings nach der Rechtsprechung in der Regel auch zwischen Unternehmern) kann die Haftung in AGB nicht für die Verletzung von Leben, Körper, Gesundheit und auch nicht für grobes Verschulden ausgeschlossen werden. Dies gilt auch, wenn die Pflichtverletzung durch einen gesetzlichen Vertreter oder

Erfüllungsgehilfen erfolgt (§ 309 Ziff. 7 BGB). Darüber hinaus schließt die Rechtsprechung einen Haftungsausschluss für sog. „Kardinalpflichten“ aus. Das sind solche Pflichten, die die Parteien als wesentlich für die Vertragserfüllung angesehen haben.

Praxistipp:

In der Praxis wird häufig vergessen, einen Haftungsausschluss gegenüber seinen Vertragspartnern zu vereinbaren. Dann haften sie für jede, auch leicht fahrlässige Pflichtverletzung. Im Zweifel sollten Sie jedenfalls nach den AGB-Regelungen zulässige Haftungsausschlüsse verwenden. Achtung: Wenn nur ein kleiner Teil der Klausel rechtsunwirksam ist, kann grundsätzlich die gesamte Klausel unzulässig sein (sog. Verbot der geltungserhaltenden Reduktion). Nutzen Sie daher immer aktuelle Formulierungshilfen oder lassen Sie sich fachlich beraten.

Wie kann ich meine Leistungen schützen, wenn ich bei meinem eigenen Angebot diese bereits ausführlich beschreiben muss?

Dieses schwierige Problem lässt sich in der Praxis niemals befriedigend lösen. Denn eine Idee an sich kann nicht geschützt werden. Oft erleben gerade kreative Dienstleister, dass ihr Vertragsangebot zwar abgelehnt wird, ihre Vorschläge dann allerdings – meist in leicht veränderter Form – später verwendet werden. Oftmals erreichen solche eigenen Vorschläge noch nicht den Schutz des Urheberrechts bzw. werden die Ideen in einer Weise variiert, dass eine Verletzung des Urheberrechts rechtlich nicht vorliegt, bzw. nachgewiesen werden kann.

Praxistipp:

Seien Sie sehr zurückhaltend, wenn Sie eigene Ideen präsentieren und vereinbaren Sie, soweit es möglich ist, bereits eine Vergütung für Ihr Konzept. Allerdings werden Sie das in der Regel kaum durchsetzen können. Einen gewissen Schutz bieten Markenmeldungen und klare vertragliche Abreden, z.B. Zusicherung von Stillschweigen und entsprechende Vertragsstrafe.

Was muss ich bei Werkverträgen beachten?

Fälligkeit erst bei Abnahme, § 641 BGB (Abschlagszahlungen vereinbaren)

Vor einer Selbstvornahme ist eine Frist zur Nacherfüllung zu bestimmen (außer in besonderen Fällen, §§ 637, 323 Abs. 2 BGB).

Ein Werkvertrag kann jederzeit gekündigt werden (§ 649 BGB). Aber: Es ist dann die vereinbarte Vergütung abzüglich der ersparten Aufwendungen zu zahlen.

Beispiel: Konzert-/Aufführungs-/Tourneevertrag

Solche Verträge sind in der Regel als Werkverträge einzustufen. Wichtig sind insbesondere detaillierte Vereinbarungen über die Vergütung (Höhe, Fälligkeit, Vorauszahlungen), Reise- und Übernachtungskosten, Technik (Ton- und Lichanlage), Regelungen für den Ausfall der Veranstaltung, Haftung (Sicherheit des Künstlers, Publikum etc.), Ton- und Bildaufzeichnungen.

Kostenregelungen

Immer wieder finden sich zu wenig detailliert aufgeschlüsselte Kostentragungspflichten. Es sollte klar geregelt werden, wer die Durchführungskosten vor Ort (Organisationskosten, Bühnenaufbau, Veranstaltungslogistik, Hallenmiete, Druck der Eintrittskarten, Plakatierung) oder die Produktionskosten (Honorar des Künstlers, Steuern und Abgaben, Reise- und Übernachtungskosten, Kosten für die Technik wie Ton- und Lichanlage) sowie sonstige Kostenarten (GEMA-Gebühren, Personalkosten, Catering, Übernachtungskosten) trägt.

Haftung

Ebenfalls zu wenig beachtet werden detaillierte Regelungen zum Haftungsrisiko. Bedient sich ein Veranstalter anderer Kooperationspartner bei der Durchführung, haftet er für sie als Erfüllungsgehilfe (§ 278 BGB, OLG München, 19.06.1997). Eine Haftung nach außen kann nur ausgeschlossen werden, wenn dies ausdrücklich vereinbart und ggf. auf einfache Fahrlässigkeit begrenzt ist (§ 309 Ziff. 7 BGB). Treten Veranstalter und Kooperationspartner gemeinsam auf, können sie als Gesamtschuldner gemäß §§ 426, 427 BGB haften. Jedenfalls im Innenverhältnis sollte daher eine klar begrenzbare Haftungsregelung bestehen.

Praxistipp:

Sofern Sie nicht ausdrücklich eine „Haftung“ auf den anderen Vertragspartner überwälzen wollen, helfen Klauseln, mit der der Kooperationspartner eine ordnungsgemäße Vertragsdurchführung verspricht. Beispiel: Der örtliche Veranstalter trägt dafür Sorge/ist dafür verantwortlich, dass eine spielfertige Bühne am Veranstaltungsort vorhanden ist und alle Sicherheitsaspekte bei deren Aufbau beachtet werden.

Ton- und Bildrechte

Ebenfalls haftet der Veranstalter für eine rechtswidrige Verwendung von Ton- und Bildmaterial gegenüber Dritten, auch wenn er das Material von einem Kooperationspartner erhalten hat. Auch insoweit sollte jedenfalls im

Innenverhältnis eine schriftliche Zusicherung erfolgen, in etwa: Das überreichte Bildmaterial kann der Veranstalter für jedwede Bewerbung und Berichterstattung im Zusammenhang mit der Aufführung verwenden. Sofern er von Dritten in Anspruch genommen wird, hält der Kooperationspartner den Veranstalter von jeder Zahlung frei.

Was muss ich bei Dienstverträgen beachten?

Keine Mängelgewährleistung, Zahlung des Zeitaufwandes, ggf. Schadensersatz, d.h. kurze Kündigungsfristen vereinbaren.

Praxistipp:

Oft stellt sich die Frage, ob eine Kündigung aufgrund einer besonderen Vertrauensstellung des Vertragspartners fristlos möglich ist, § 627 BGB. Diese Kündigungsmöglichkeit ist disponibel: Je nach Interessenlage sollte daher eine solche Kündigungsmöglichkeit ausdrücklich vereinbart oder ausgeschlossen werden. Außerdem können Sonderkündigungstatbestände vereinbart werden.

Sonderfall Agenturvertrag

Ein Agenturvertrag kann aus den verschiedensten Leistungen bestehen. Die Agentur kann einen Erfolg versprechen, dann liegt ein Werkvertrag vor. Ist ein bloßes Tätigwerden vereinbart, sind die dienstvertragsrechtlichen Regelungen einschlägig. Sofern die Agentur schwerpunktmäßig die Vermittlung eines Künstlers/Konzertes o.ä. beinhaltet, sind die Wortschriften über den Maklervertrag, §§ 652 ff. BGB, einschlägig.

Bei einem Agenturvertrag sollten insbesondere das Entstehen und die Fälligkeit des Provisionsanspruches geregelt sein. Auch sollten Regelungen zu den Aufwendungen der Agentur vereinbart werden.

Praxistipp:

Zwar ist es üblich, dass Agenturprovisionen erst nach Ablauf des Veranstaltungstages gezahlt werden. Die Fälligkeit sollte allerdings ausdrücklich geregelt werden, auch, ob bei einem Ausfall des Künstlers (Krankheit) ein Provisionsanspruch nicht entsteht. Ferner sollte vereinbart sein, dass Aufwendungen nur dann ersetzt werden, wenn sie vereinbart bzw. genehmigt wurden.

Wie kann ich eine bessere Zahlungsmoral meiner Vertragspartner erreichen?

Viele unterliegen dem Irrtum, dass eine Geldzahlung zunächst dreifach anzumahnen ist („3. Mahnung“), bevor weitere Schritte unternommen

werden können. Das ist falsch. Ein Verzug tritt immer schon dann ein, wenn entweder für die Leistung eine Zeit nach dem Kalender bestimmt ist (§ 286 Abs. 2 Ziff. 1 BGB) oder eine (nicht drei!) Mahnung erfolgt. Jede weitere Mahnung dient also lediglich dazu, die andere Partei nochmals nachdrücklich zu einer Zahlung des Beitrages ohne weitere Schritte zu bewegen.

Genügt der Hinweis auf der Rechnung: „Zahlbar binnen zwei Wochen“?

Nein. Rechtlich ist dies eine bloße Bitte an den Vertragspartner, innerhalb dieser Zeit die Rechnung zu begleichen.

Entweder Sie vereinbaren vorab eine solche Zahlungsfrist (also nicht auf der Rechnung). Oder Sie berufen sich auf die gesetzliche Regelung, nach der spätestens in Verzug kommt, wenn nicht innerhalb von 30 Tagen nach Fälligkeit und Zugang einer Rechnung oder gleichwertigen Zahlungsaufstellung eine Leistung erfolgt. Gegenüber einem Verbraucher müssen Sie allerdings auf diese Folgen in der Rechnung oder Zahlungsaufstellung besonders hinweisen (§ 286 Abs. 3 BGB).

Praxistipp:

Schnell genug Zahlungen durchsetzen und sorgfältiges Rechnungswesen führen.

Kann ich Kosten für eine Mahnung, für Zinsen oder für ein Inkassounternehmen in Rechnung stellen?

Zinsen sind gesetzlich 30 Tage nach ordnungsgemäßem Rechnungszugang fällig. Der Verzugszinssatz beträgt sodann fünf Prozentpunkte über dem Basiszinssatz bei Verbrauchern, sonst acht Prozentpunkte über dem Basiszinssatz.

Praxistipp:

Ein Unternehmer kann fast immer eine Bescheinigung seiner Bank vorlegen, nach der er höhere Zinsen in Anspruch nimmt. Diese kann er im Wege des Verzugsschadens geltend machen.

Kosten eines Mahnschreibens sind i.d.R. erstattungsfähig (Eigenkosten i.H.v. pauschal 5-50 EUR werden regelmäßig akzeptiert).

Kosten der Hinzuziehung eines Rechtsanwaltes gelten i.d.R. auch als adäquate Mahnkosten.

Kosten eines Inkassobüros werden jedenfalls bei anschließendem gerichtlichen Verfahren nicht akzeptiert, da der Gläubiger gleich hätte klagen können.

Kerstin Klode:

Unkonventionelle Versammlungsstätten

Kerstin Klode thematisiert zwei Fragen: Welche rechtlichen Bestimmungen sind zu beachten und wie kann der Hausherr überzeugt werden?

Die Existenz der Niedersächsischen Versammlungsstättenverordnung (NVStättVO) ist sowohl dem Schutz der Besucher und der mitwirkenden Künstler als auch der involvierten Arbeitnehmer geschuldet. Es werden Regeln für das sichere Funktionieren einer Veranstaltung formuliert, auch wenn diese in einer nicht üblicherweise dafür genutzten Spielstätte stattfindet. Solche Auflagen sind erforderlich, da vor Veranstaltungsbeginn keine gesonderten Rettungsübungen durchgeführt werden können. Nicht nur im Notfall muss sich erschließen, wie ein Gebäude zu „benutzen“ ist: Wie man in das Gebäude hinein gelangt, aber auch wie man bei Panik schnell wieder herauskommt.

Als Versammlungsstätten sind bauliche Anlagen oder Teile baulicher Anlagen definiert, die für die gleichzeitige Anwesenheit vieler Menschen bei Veranstaltungen bestimmt sind, sowie Schank- und Speisewirtschaften. Die Verordnung greift für einen Raum bzw. mehrere Räume, die einen gemeinsamen Rettungsweg haben, mit einem Fassungsvermögen mit mehr als 200 Personen vorhanden ist, Open-Air-Stätten für 1.000 Besucher und Sportstadien, die für mindestens 5.000 Besucher ausgerichtet sind. Auflagen gibt es zudem bei Räumen, die in anderer Weise genutzt werden, wenn sie für Konzerte „zweckentfremdet“ werden. Darunter fallen Klassenzimmer, Ausstellungsflächen in Museen oder Kirchen. Für Gotteshäuser wird eine Genehmigung der unteren Baubehörde verlangt, sofern sie nicht als Versammlungsstätte registriert sind. Aber auch „Off-Locations“ (z.B. alte Fabrikhallen) können genutzt werden, sofern sie gewisse Mindestanforderungen erfüllen.

Eine Szenefläche für die künstlerische Darbietung gilt erst ab einer Fläche von 20 Quadratmetern als reguläre Bühne, die im Bezug auf den Zuschauerraum erhöht und abgegrenzt sein muss. Andere Bestimmungen gelten für Großbühnen und Mehrzweckhallen.

Ein Betreiber trägt die Hauptverantwortung für den sicheren Verlauf einer Veranstaltung, da er mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut ist, und so maßgeblichen Einfluss auf eine Anlage ausübt. Er muss nicht zwingend in Personalunion mit dem Veranstalter sein, der den Raum zur Durchführung nutzt. Zwar steht er nicht für technische Fragen in der (Haupt-)Verantwortung, wohl aber für den Arbeitsschutz. Zu den Pflichten eines Veranstaltungsleiters gehört vor allem, für die Einhaltung der einschlägigen Sicherheitsbestimmungen zu sorgen. Zudem hat er das Recht und die Pflicht, z.B. bei Unwetter eine Open-Air-Veranstaltung abzusagen. Als Veranstaltungsleiter muss man keine spezielle Ausbildung nachweisen, aber z.T. ausgebildete Mitarbeiter in seinem Team haben. Eine große Herausforderung ist es in dieser Position,

viele Menschen auf wenig Platz händeln zu können. Ebenfalls hat ein Verantwortlicher für Veranstaltungstechnik (VfV) die Sicherheit und Funktionsfähigkeit einer Versammlungsstätte zu gewährleisten. Er hat die Kontrollpflicht und trägt daher die Fachverantwortung.

Ob eine Spielstätte geeignet ist, hängt nicht von der künstlerischen Tauglichkeit ab, sondern davon, ob genügend Platz für Gäste, Techniker und Backstage-Mitarbeiter vorhanden ist. In die Berechnung der maximalen Personenzahl fließt zusätzlich zu den Besuchern auch die Zahl der Mitarbeiter ein, die im Zweifelsfalle evakuiert werden und daher die Rettungswege nutzen müssen.

Die höchstzulässige Personenzahl bemisst sich nach der Breite der Rettungswege. Angenommen wird eine Durchgangsbreite von 60 Zentimetern. Diese Breite muss für jede Gruppe à 100 Personen als Rettungsweg vorhanden sein. Für eine vielfache Personenzahl ist daher eine proportional erhöhte Gesamtbreite vorgesehen, wobei die Relation stufenweise und nicht linear ansteigt: für bis zu 200 Personen sind 1,20 Meter erforderlich, während für 350 Personen mit 2,40 Metern der gleiche Wert wie für 400 Personen gilt. Im Freien werden bei je 600 Personen 1,20 Meter verlangt auf Grund der Tatsache, dass bei Rauchentwicklung mehr Zeit für die Evakuierung gegeben ist.

Ebenfalls ist die Entfernung des Besucherplatzes vom Ausgang geregelt. Sie darf höchstens 30 Meter betragen bzw. ab einer Höhe von fünf Metern bis zu 60 Meter. Um eine fehlerfreie Evakuierung zu gewährleisten, müssen alle Gänge, Wege und Zufahrten frei und alle Türen unverschlossen sein.

Weitere Vorgaben gibt es hinsichtlich der Bestuhlung und der Sicherheitseinrichtung. Bei entsprechenden Gegebenheiten ist zudem für eine Brandsicherheitswache oder gar einen Sanitäts- und Rettungsdienst vom Betreiber zu sorgen.

Sofern alle Bestimmungen beachtet werden, spricht auch an ungewöhnlichen Veranstaltungsorten nichts gegen eine Aufführung.

Thomas Schwenke: Rechtliche Stolperfallen im sozialen Netz

Thomas Schwenke vermittelt ein generelles Rechtsgefühl für das Handeln im Social-Media-Marketing (SMM), da Abmahnungen oftmals allein durch Unwissenheit verursacht werden.² Ebenso wie beim traditionellen Marketing muss dort nicht nur eine entsprechende Sorgfaltspflicht gelten, sondern auch – trotz einer eventuellen Verschmelzung von beruflicher und privater Sphäre – die Wahrung von Etikette und Regeln. Daher ist es stets erforderlich, die Nutzungsbedingungen von Plattformen sorgfältig zu studieren, bevor man SMM über eine solche Plattform betreibt.

Es ist eine scharfe Trennlinie zwischen privaten und beruflichen Äußerungen zu ziehen. Kommentare oder Tweets geben den Standpunkt einer Firma wieder, sobald der berufliche Account genutzt wird, unabhängig davon, ob die Aussage als eine private Meinung verstanden werden möchte.

Einträge zu Werbezwecken müssen stets als solche gekennzeichnet werden. Es ist Firmen untersagt, als „neutrale Privatperson“ auf Verkaufsportalen positive Bewertungen abzugeben, um so den Verkauf zu fördern. Dies stellt einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß dar, für den Schadensersatz eingefordert werden kann. Ein Hinweis auf die Firmenzugehörigkeit ist also unabdingbar.

Werbung

Über ein *privates* Facebook-Profil ist Werbung gemäß den Nutzungsbedingungen untersagt. Gleiches gilt für das Betreiben eines privaten Profils für Veranstaltungen. Eine kommerzielle Nutzung ist daher nur über einen entsprechenden Profiltypus möglich. Bei Missachtung droht die Sperrung des Profils, so dass im Zweifelsfall ein frühzeitiger Wechsel zu einem legalen, kommerziellen Benutzerkonto erfolgen sollte, um keine „Freunde“ zu verlieren. Ebenfalls nicht genehmigt ist die Erstellung fiktiver privater Accounts als Form des „Guerilla-Marketings“, z.B. in Form von erdachten Identitäten, die Werbung für ein Produkt machen. Bei der Wahl des Benutzernamens gilt bei Facebook grundsätzlich die gleiche Regel wie bei Domainnamen: „First come, first serve“. Jedoch sollten keine bekannten Markennamen („notorische Marken“) verwendet werden, ebenso sind Slogans oder Schreibweisen mit durchgehenden Großbuchstaben untersagt. Bei Zuwiderhandlungen erfolgt eine Abmahnung.

Gewinnspiele dürfen auf Facebook nur innerhalb eines Zusatzprogramms veranstaltet werden. Während Aufrufe auf Profildaten gemäß „Werde Fan und gewinne...“ oder „Markiere dich auf diesem Foto und gewinne...“ nicht

² Weitere Informationen gibt es unter www.spreerecht.de/?p=2662

zulässig sind, ist die Aufforderung „Klicke auf ‚Gefällt mir‘ und gewinne...“) erlaubt.

Impressum

Auch beim SMM ist ein Impressum wie auf jeder „normalen“ Website erforderlich. Es dient dazu, verantwortliche Ansprechpartner zu benennen, an die sich Personen mit Fragen aber auch im Recht verletzte Personen wenden können. Dabei genügt es, einen Link auf das Impressum der eigenen Website zu setzen, das über maximal zwei Klicks von der Profildseite (z.B. bei Facebook über den Reiter „Info“ als Link zum Impressum der Homepage) aus erreicht werden kann.

Nutzung von Grafiken, Bildern und Fotos

Bei der Nutzung von Grafiken, Bildern und Fotos sind immer zwei Fragen zu stellen:

Wer besitzt das Recht am *Bild*?, Wer besitzt das Recht am *Motiv*? Die nachfolgend genannten Grundsätze gelten i.d.R. auch für Videos.

1. Durch das Urheberrecht sind alle individuellen Werke geschützt. Auch zur Nutzung von Fotos ist die Einwilligung des Urhebers oder dessen Agentur erforderlich.

2. Personen und Locations sind mit dem Recht an der eigenen Person bzw. durch das Eigentums-/ Hausrecht ebenfalls geschützt. Für Fotos in einem geschlossenen Raum muss man den Besitzer um Erlaubnis fragen. Als Mietender besitzt man ebenfalls das Hausrecht.

Bei der Abbildung von Personen ist grundsätzlich von jeder auf dem Bild erkennbaren Person eine Einwilligung für den konkreten Zweck des Bildes erforderlich. Diese Einwilligung muss durch Zeugen oder die Schriftform nachweisbar sein. Als erkennbar gilt eine Person bereits dann, wenn ihr Rücken o.ä. zu sehen ist.

Weisen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen deutlich darauf hin, dass Bilder gemacht und verwertet werden dürfen, ist dies zulässig. Möglichst sollte ein solcher Hinweis aber separat (über Eintrittskarten, Aushang) genannt werden. Die Verwendung ist dabei so konkret wie möglich zu definieren. Eine allgemeine Formulierung wie „für Werbezwecke“ ist dehnbar und damit nicht zulässig. Teilnehmer an Veranstaltungen müssen zudem die Möglichkeit des Widerspruchs haben.

Keine Einwilligung ist hingegen für Fotos erforderlich, auf denen Gruppen von mindestens drei Personen abgebildet sind, die sich sichtbar zu einem „gemeinsamen Zweck verbunden“ haben. Gleiches gilt für (absolute und relative) Personen der Zeitgeschichte. Ebenso dürfen Fotos von Prominenten ohne Einwilligung veröffentlicht werden, jedoch nur in deren örtlichem Raum (Wohnort).

Eine weitere Ausnahme gilt für Personen, die auf einem Bild nur „Beiwerk“ sind, z.B. solche, die unbeteiligt vom Geschehen zu sehen sind.

Für Minderjährige bis zum Alter von 16 Jahren ist eine Einwilligung der Eltern erforderlich. Im Rahmen der o.g. Ausnahmen ist es zulässig, Kinder abzubilden, sofern ihre Persönlichkeitsrechte nicht verletzt werden.

Bei der Nutzung von Stock-Archiven (Bilderdatenbanken im Internet, in denen man Lizenzen für einzelne Bilder zu vielen Motiven erwerben kann) müssen die jeweiligen Nutzungsbedingungen eingehalten werden. Als Nutzer darf man keinem anderen weitere Rechte an diesem Bild einräumen bzw. sie unterlizenzieren. Auch eine Veröffentlichung solcher Bilder auf Facebook ist nicht zulässig.

Nutzung von Musik

Die Nutzung von Musik auf offiziellen Plattformen ist zulässig, da diese die rechtliche Verantwortung tragen und dafür Sorge tragen, dass ihr Inhalt nicht gegen geltendes Recht verstößt. Sollten Videos auf Youtube gesperrt werden, wird beim vierten Verstoß der Account gesperrt. Weitere Sanktionen erfolgen nicht.

Nutzung von Texten

Ein Text ist urheberrechtlich geschützt, wenn er in seiner Art hinreichend individuell und persönlich ist. Fakten und Ideen fallen nicht darunter, solange nicht der genaue Wortlaut übernommen wird.

Das Zitat ist eine Möglichkeit, geschützten Text zu übernehmen. Voraussetzung dafür ist es, eine eigene kreative Leistung in einem notwendigen Maße zu unterlegen. Nicht erlaubt sind Publikationen mit einem Zitatanteil von mehr als zwei Dritteln.

Für die Veröffentlichung eines Artikels in einem Pressespiegel ist die Erlaubnis des Autors einzuholen. Zwar gilt das Einstellen von Scans als problematisch, es ist jedoch erlaubt, gekennzeichnete Auszüge abzuschreiben.

Bei Äußerungen und Behauptungen ist es relevant, dass man entweder seine subjektive Meinung explizit als solche kennzeichnet oder beweisbare Tatsachen, die eine sachliche Auseinandersetzung beinhalten, wiedergibt. Ansonsten hat im Falle der Anklage die Gegenseite ein Recht auf Gegendarstellung oder Schadensersatz. Verboten ist das Schreiben von Tatsachen, die als üble Nachrede einzustufen sind.

Marken und Logos

Die Logos von Plattformen dürfen nur nach den jeweiligen Vorgaben verwendet werden. Es ist auch verboten, diese Logos zu bearbeiten. Außerdem geht Facebook dagegen vor, wenn statt „wir auf facebook“ „wir und facebook“ neben dem Logo steht.

Zurzeit ist auch der außerhalb von Facebook platzierte „Gefällt mir“-Button in der Diskussion, da er personenbezogene Daten erhebt und sie in die USA transferiert. Dies wird als Datenschutzverstoß gesehen, bisher nicht als Wettbewerbsverstoß. Das Risiko ist gering, dass einem bei der Verwendung des Buttons auf der eigenen Website etwas passiert. Jedoch muss man seine Datenschutzerklärung entsprechend anpassen.

(Mit-)Haftung

Man haftet für das, was man selbst im Internet schreibt, aber auch das Veröffentlichte von Mitarbeitern und Beauftragten. Bei Blogkommentaren haftet man grundsätzlich erst nach Kenntnis der Rechtswidrigkeit, spätestens ab einer Abmahnung. Daher wird von einem Zusatz im Impressum abgeraten, dass alle Inhalte regelmäßig kontrolliert werden, da man diese Verpflichtung erfüllen muss und damit sofort haftbar gemacht werden kann.

Mitarbeiter sollten durch die Vorgesetzten über die Social Media Policy/Guidelines informiert werden, in denen ein einheitliches Verhalten definiert wird, damit Rechtsverstöße vermieden werden.

Lorenz Schmid: Urheberrecht im Festivalbereich

Lorenz Schmid berichtet über Maßnahmen, die aus urheberrechtlicher Sicht im Vorfeld einer Veranstaltung zu treffen sind. Die „Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte“ (GEMA) ist die Verwertungsgesellschaft für künstlerisches Urheberrecht. Sie verwaltet treuhänderisch die Eigentumsrechte an der Musik von Komponisten, Bearbeitern, Textdichtern und Musikverlagen. An diese vermittelt sie als Zwischeninstanz die Vergütungen, die von Musiknutzern bei entsprechender Darbietung zu entrichten sind. Sind mehrere Personen als Rechteinhaber registriert, wird die Vergütung entsprechend zwischen den jeweiligen Parteien aufgeteilt.

Das Verfahren ist auf der Grundlage des Urheberschutzgesetzes erforderlich, da ein Urheber das alleinige Recht an der Verwertung seines Werkes besitzt. Kommt es durch Dritte zu einer Verwertung, ergibt sich ein Anspruch, sofern man Mitglied bei der GEMA ist. Diese richtet sich nicht nach dem Pass, so dass auch ein ausländischer Künstler, dessen Werke überwiegend in Deutschland aufgeführt werden, Mitglied des deutschen Verbandes werden kann.

Die GEMA verwaltet die gezahlten Beträge abzüglich einer Verwaltungsgebühr, die in den letzten 20 Jahren regelmäßig unter 15 Prozent lag, und entrichtet sie an den Urheber. Da es Verwertungsgesellschaften in den meisten Ländern weltweit gibt, werden auch Aufführungen ausländischer Komponisten im Inland mit Abgaben versehen (und vice versa), die dann an die ausländische Gesellschaft oder einen deutschen Subverlag zur weiteren Verarbeitung an den Urheber abgeführt werden. Ob und in welcher Höhe das Geld den Urheber jedoch erreicht, entzieht sich der Kenntnis der GEMA. Generell leiten sich urheberrechtliche Ansprüche bis zu 70 Jahre nach dem Tod des Komponisten ab. Gleiche Ansprüche macht ein Arrangeur für seine Bearbeitung eines bereits freien Werkes geltend. Ohne die Zustimmung des Rechteinhabers ist es zwar nicht möglich, eine Bearbeitung für sich zu reklamieren – jedoch kann man diese zur Aufführung bringen, wobei die Abgaben an den Rechteinhaber fallen. Allein durch die Wahl einer anderen Instrumentierung erfolgt eine Bearbeitung jedoch nicht.

Im Vorfeld ist die Anmeldung jeder musikalischen Darbietung durch den Veranstalter erforderlich. Dahinter steht die Überlegung, den Urheber am Profit des Veranstalters zu beteiligen, den er durch die Nutzung des fremden Materials erzielt. Zur Vermeidung von Betrug studieren Außendienstmitarbeiter Ankündigungen, um alle Veranstaltungen zu erfassen. Strafzahlungen betragen 100 Prozent des regulär anfallenden Betrags.

Sollte der Veranstalter der Ansicht sein, dass keine Gebühr fällig ist, liegt die Beweispflicht bei ihm. Diese so genannte „GEMA-Vermutung“ gilt aber lediglich für den Bereich der Unterhaltungsmusik.

Die gestaffelten Sätze richten sich nach der Raumgröße bzw. dem Fassungsvermögen des Veranstaltungsortes sowie nach dem Eintrittspreis. In keinem Fall jedoch nach der Länge eines Werks. Im Bereich der Unterhaltungsmusik muss unterschieden werden zwischen Einzelveranstaltungen mit Live-Musik und Konzerten. Geldwerte Vorteile wie Einnahmen durch Sponsoring können Bestandteil der Vergütungsgrundlage sein.³ Es wird angenommen, dass diese Zuwendungen zu niedrigeren Eintrittspreisen und damit zu niedrigeren Abgaben führen können. Im Bereich bis 2.000 Zuschauer erhöht sich dann die Abgabe um 0,35 Prozentpunkte auf 3,85 Prozent der Bruttoumsätze aus der Veranstaltung. Im Anschluss an ein Konzert muss dann die Titelliste eingereicht werden, wobei jedes einzelne Werk in die Verrechnung einfließt.

In der Ersten Musik wird zudem noch hinsichtlich der Zahl der Ausführenden differenziert. Unter bestimmten Voraussetzungen sind in diesem Bereich auch Nachlässe möglich, ebenso der Abschluss eines Jahrespauschalvertrags. Dieser orientiert sich an realistisch geplanten Veranstaltungen. Zwar sind Rückerstattungen und Nachforderungen möglich, gelten aber für beide Parteien als umständlich. Klanginstallationen sind ein Spezialfall, der zusammen mit dem Veranstalter und der GEMA bewertet werden muss. Abgaben bei Online-Musiknutzung richten sich nach der Art der Verwendung (privat, institutionell, gewerblich und für Interpreten) und den erzeugten Zugriffen. Ob eine Gemeindeverwaltung für mehrere Anbieter gebündelt einen Vertrag schließen kann, ist im Einzelfall zu prüfen. Generell ist ein geeigneter Mitgliederverband als Partner zu finden. Diese Funktion könnte ggf. auch Musikland Niedersachsen übernehmen.

Zur Vermeidung von Willkür untersteht die GEMA dem Deutsche Patent- und Markenamt und hat als interne Gremien die Mitgliederversammlung als höchsten Souverän sowie einen Aufsichtsrat. Alle Einnahmen werden nach Abzug der Verwaltungskosten an die Berechtigten ausgeschüttet. Dass es sich um eine Monopolstellung handelt, ist kein natürlicher

³ Im GEMA-Tarif für Unterhaltungsmusikkonzertveranstaltungen heißt es dazu in Abschnitt II („Allgemeine Bestimmungen“): „Weitere durch die Veranstaltung erzielte geldwerte Vorteile, wie z.B. Einnahmen durch Werbung und/oder Sponsoring sowie hiermit vergleichbare Zuwendungen an den Veranstalter sind Bestandteile der Vergütungsgrundlage gem. Abschnitt I Ziff. 1. Dies gilt jedoch nur, soweit sie steuerpflichtige Umsätze im Sinne des Umsatzsteuergesetzes darstellen und/oder Einnahmen des Veranstalters wirtschaftlich gleichwertig sind bzw. diese ersetzen.

Sachzuwendungen zählen zu den geldwerten Vorteilen. Nicht zu den geldwerten Vorteilen zählen Medienkooperationen. Sachzuwendungen zählen dann nicht zu den geldwerten Vorteilen, wenn weder unmittelbar noch mittelbar Geld durch Dritte an den Veranstalter fließt.

Die geldwerten Vorteile in diesem Sinne gehören nicht zu der Berechnungsgrundlage gemäß Ziff. II. 2. a), sondern werden über einen Zuschlag auf die Bruttoumsätze wie folgt vergütet:

Im	Tarif	bis	2.000	Zuschauer	0,35	Prozentpunkte.
Tarif	von	2.001	bis	15.000	Personen	0,38
Tarif	über	15.000	Personen			0,42

Dieser Zuschlag erfolgt unabhängig von der Tarifhöhe gem. Ziff. I. 1.“

Zustand, sondern durch die Zahl der Zusammenschlüsse und Mitglieder begründet.

Vergütungssätze U-K

für Unterhaltungsmusikkonzertveranstaltungen

1.1.2011 (2)

Nettobeträge zuzüglich z. Zt. 7 % Umsatzsteuer

I. Vergütungssätze

1. Die Vergütung beträgt für Veranstaltungen bis zu 2.000 Besuchern 5,0 %, für Veranstaltungen mit über 2.000 und bis zu 15.000 Besucher 7,2 % und für Veranstaltungen mit über 15.000 Besuchern 7,65 % der jeweiligen Bruttoeinnahmen.

2. Als Mindestsatz gelten nachstehende Pauschalvergütungen je Veranstaltung:

Anzahl der Personen je Veranstaltung	Mindestsatz in EUR
bis zu 150 Personen	21,80
bis zu 300 Personen	34,80
bis zu 600 Personen	72,50
bis zu 1200 Personen	145,10
bis zu 1800 Personen	217,60
bis zu 2400 Personen	290,20
bis zu 3000 Personen	362,70
bis zu 4500 Personen	544,10
bis zu 6000 Personen	725,40
bis zu 7500 Personen	906,80
bis zu 9000 Personen	1088,10
bis zu 10500 Personen	1269,50
bis zu 12000 Personen	1450,80
bis zu 13500 Personen	1632,20
bis zu 15000 Personen	1813,50
je weitere 1500 Personen	181,40

3. Zur Marktneueinführung des Tarifs gelten in der Einführungsphase folgende Prozentsätze:

	2010	2011	2012	2013	2014
bis zu 2.000 Personen	3,00 %	3,50 %	4,00 %	4,50 %	5,00 %

	2010	2011	2012	2014
Von 2.001 bis zu 15.000 Personen	3,20 %	4,20 %	5,20 %	7,20 %
über 15.000 Personen	4,65 %	5,65 %	6,65 %	7,65 %

GEMA Tarif für Unterhaltungsmusikkonzertveranstaltungen

II. Allgemeine Bestimmungen

1. Geltungsbereich

Die Vergütungssätze U-K gelten für Konzerte der Unterhaltungsmusik. Musikaufführungen bei Veranstaltungen mit Gesellschaftstanz sind durch die Vergütungssätze U-K nicht abgegolten.

2. Berechnung

Die Vergütungssätze U-K werden je Veranstaltung bzw. je Vorstellung berechnet. Die Bruttoumsätze gemäß den Vergütungssätzen U-K verstehen sich wie folgt:

a) Kartenumsatz

Umsätze aus dem Kartenverkauf (Kartenpreise verstehen sich einschließlich Umsatzsteuer), jedoch ohne Vorverkaufs- und Systemgebühren

b) Sonstige geldwerte Vorteile

weitere durch die Veranstaltung erzielte geldwerte Vorteile, wie z.B. Einnahmen durch Werbung und/oder Sponsoring sowie hiermit vergleichbare Zuwendungen an den Veranstalter sind Bestandteile der Vergütungsgrundlage gem. Abschnitt I Ziff. 1. Dies gilt jedoch nur, soweit sie steuerpflichtige Umsätze im Sinne des Umsatzsteuergesetzes darstellen und/oder Einnahmen des Veranstalters wirtschaftlich gleichwertig sind bzw. diese ersetzen.

Sachzuwendungen zählen zu den geldwerten Vorteilen. Nicht zu den geldwerten Vorteilen zählen Medienkooperationen. Sachzuwendungen zählen dann nicht zu den geldwerten Vorteilen, wenn weder unmittelbar noch mittelbar Geld durch Dritte an den Veranstalter fließt.

Die geldwerten Vorteile in diesem Sinne gehören nicht zu der Berechnungsgrundlage gemäß Ziffer II. 2. a), sondern werden über einen Zuschlag auf die Bruttoumsätze wie folgt vergütet:

Im Tarif bis 2.000 Zuschauer 0,35 Prozentpunkte.
Tarif von 2.001 bis 15.000 Personen 0,38 Prozentpunkte.
Tarif über 15.000 Personen 0,42 Prozentpunkte.

Dieser Zuschlag erfolgt unabhängig von der Tarifhöhe gem. Ziff. I. 1.

Vor Beginn der Veranstaltung wird der Veranstalter gegenüber der Bezirksdirektion der GEMA angeben, ob vorgenannte Einnahmen erzielt werden und er den Zuschlag entrichtet. Sofern begründete Zweifel an der Richtigkeit der Auskunft bestehen, ist die GEMA berechtigt, durch einen Wirtschaftsprüfer überprüfen zu lassen, ob bei der angemeldeten Veranstaltung Einnahmen aus geldwerten Vorteilen im obigen Sinne geflossen sind. Die Festlegung des Prüfers erfolgt in Abstimmung mit den Verbänden VDKD und bdv. Die Kosten der Prüfung trägt die GEMA, sofern die Prüfung zu keiner Nachzahlung des Veranstalters führt. Im Falle einer falschen Auskunft trägt die Prüfungskosten der Veranstalter."

c) Bei fehlenden Angaben bzw. Anmeldungen bezüglich Ziff. II. 2. a) wird der rechnerische Bruttoumsatz aus Höchsteintritt und Höchstpersonenzahl ermittelt.

3. Abschluss eines Jahrespauschalvertrages

Es besteht die Möglichkeit, für ein Kalenderjahr Jahrespauschalverträge zu schließen. Bei Abschluss eines Jahrespauschalvertrages wird auf die Vergütungssätze ein Vertragsnachlass wie folgt eingeräumt:

Bis 15 Veranstaltungen:	Kein Nachlass
Bis 30 Veranstaltungen:	10,0 % Nachlass, gerechnet ab der 1. Veranstaltung
Ab der 31. Veranstaltung:	14,5 % Nachlass, gerechnet ab der 1. Veranstaltung

Die zeitlich im Kalenderjahr zuerst durchgeführte Veranstaltung gilt als erste Veranstaltung im Sinne obiger Aufstellung.

GEMA Tarif für Unterhaltungsmusikkonzertveranstaltungen

4. Umfang der Einwilligung

Durch die Vergütungssätze sind nur Musikdarbietungen in dem der Berechnung zugrunde liegenden Umfang abgegolten. Für die Übertragung der Musik in weitere Veranstaltungsräume oder auf weitere Veranstaltungsorte ist eine besondere Einwilligung erforderlich.

Bei Tonträgerwiedergabe wird die Einwilligung unter der Voraussetzung erteilt, dass das Vervielfältigungsrecht an den Tonträgern ordnungsgemäß von den Berechtigten erworben worden ist.

Die Einwilligung umfasst nur die der GEMA zustehenden Rechte.

Die Einwilligung berechtigt nicht zur Vervielfältigung der wiedergegebenen Musikstücke.

Abgegolten sind nur die Musikaufführungen, für die zwischen dem Veranstalter und dem ausübenden Künstler ein Vertrag besteht.

5. Benefizveranstaltungen

Für Benefizveranstaltungen wird ein Nachlass in Höhe von 10 % auf die zugrundeliegende tarifliche Vergütung gewährt, wenn:

- der gesamte Reinertrag ausschließlich für wohltätige Zwecke bestimmt ist, wobei unter „wohltätigem Zweck“ ausschließlich die Hilfe für in Not geratene Menschen zu verstehen ist;
- eine Bestätigung aller mitwirkenden ausübenden Künstler vorgelegt wird, aus der hervorgeht, dass diese voll umfänglich auf ihre Gage verzichten;
- der Veranstalter einen Einzahlungsbeleg bzw. Überweisungsträger vorlegt, aus dem hervorgeht, welcher Betrag welcher Institution zufließt;
- eine detaillierte Aufstellung sämtlicher Einnahmen und Ausgaben der Benefizveranstaltung vorgelegt wird;
- die Veranstaltung vor ihrer Durchführung bei der GEMA als Benefizveranstaltung angemeldet und die erforderlichen Nachweise innerhalb von 6 Wochen nach deren Durchführung vorgelegt werden.

6. Gesamtvertragsnachlass

Den Mitgliedern von Organisationen, mit denen die GEMA einen Gesamtvertrag für diesen Tarif geschlossen hat, wird ein Nachlass entsprechend den gesamtvertraglichen Vereinbarungen eingeräumt.

www.gema.de