

F.W. Dany
Geschäftsführer im Einzelhandel
1985 – 2014
Leitung Audiomarketing
2014 - heute

Lizenzierte Musik (GEMA pp.) oder lizenzfrei?

Was ist wirklich besser?

Die Frage ist, was die Musik leisten muss

Hintergrundmusik ist, abgesehen von wenigen Bereichen wie z.B. Young Fashion, ein einkaufsförderndes Element der Gesamtatmosphäre. Sie soll im Kunden unaufdringlich und unterbewußt eine positive Stimmung auslösen. Und damit letztlich seine Kaufbereitschaft zusätzlich positiv beeinflussen. Entsprechende Studien bewiesen dies eindrücklich.

Die eingesetzte Musik muss in jedem Fall den Geschmack der Zielgruppe(n) treffen, da sie sonst kontraproduktiv wirken würde.

In einem Spa-Bereich ist beispielsweise eine ganz andere Zusammensetzung zielführend als auf einer Lebensmittel-, Möbel- oder Mode-Verkaufsfläche.

Das Ziel, eine positive und angenehme, belebende Atmosphäre zu schaffen, ist jedoch immer das Gleiche.

GEMA-pflichtig versus GEMA-frei

Die überwiegend eingesetzten Top-Titel der Radiocharts auf Verkaufsflächen schaffen das Gefühl der Sicherheit, den Geschmack der Kunden zu treffen. So weit, so richtig. Und dennoch ein zweischneidiges Schwert.

Vorteile:

1. Chart Titel und/oder Top-Titel zeigen Aktualität, Modernität und sind „sicher“ in ihrer Popularitätswirkung. (Hörgeschmack der Kunden)
2. Chart Titel und/oder Top-Titel haben ihre positive Wirkung bewiesen.

Nachteile:

3. Chart Titel und/oder Top-Titel können aufgrund Ihrer Popularität ablenkend wirken.
4. Chart Titel und/oder Top-Titel sind medial omnipräsent.
5. Die Lizenzgebühren sind ein reiner Kostenfaktor. Beschaffung und Anlieferung der Musik sind nicht enthalten.

Hochwertige, GEMA-freie Musik – eine Alternative mit Zukunft

GEMA-freie Musik unterscheidet sich letztlich nur durch einen Fakt von lizenzpflichtiger Musik:

Der Komponist/Künstler hat seinen Titel bei der GEMA (oder ähnlichen Verwertungsgesellschaften gemeldet.

Bei GEMA-freier Musik besitzt der Komponist/Künstler nach wie vor sein Urheberrecht, entscheidet aber selbst, wie seine Musik von wem verwendet wird und welche Gegenleistung er dafür beansprucht.

Um „berühmt“ zu werden, existieren für einen Künstler viele Hürden und nicht jeder hat die Möglichkeiten diesen sehr risikoreichen und steinigen Weg zu beschreiten.

Das ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass es viele, musikalisch und produktionstechnisch anspruchsvolle und hoch-qualitative Stücke gibt, die ein hohes, populäres Potential haben. Geboren aus der Kreativität vieler, sehr guter Musiker.

Aus diesem Reservoir lassen sich von Musikprofis qualitativ hochwertige Musikprogramme zusammenstellen, die in Musikstil, Tempo, Aktualität und Produktionsqualität kaum noch von Radioplay zu unterscheiden sind.

Und vom Hörer nicht mehr von GEMA-pflichtiger Musik zu unterscheiden sind.

(Laut einer Hörer-Umfrage bei einem Filialisten erzielte ein solches Musikprogramm auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 10 (sehr gut) den Wert 8,97/ Stand Sept. 2018)

Für die Handelsunternehmen hat das einen entscheidenden Vorteil:

Es ermöglicht massive Kosteneinsparungen bei gleichzeitiger Einhaltung des Qualitätsniveaus.

1. Die GEMA-Gebühren entfallen zu 100%
2. Die Belieferungskosten für den Musikdienstleister sind deutlich niedriger. (Der Musikdienstleister muss seinerseits ebenfalls keine GEMA-Gebühren entrichten.)

Beispielrechnung:

(GEMA-Gebührenliste 2018 / vorbeh. Rabbate)

15 Standorte, jeweils 1.500 qm

GEMA-Gebühren pro Jahr pro Standort: 700,48 €
GEMA-Gebühren Gesamt pro Jahr : 10.507,40 €

GEMA-freie Musik pro Jahr pro Standort: 279,40 €
GEMA-freie Musik Gesamt pro Jahr : 2.794,00 €

Ersparnis 7.713,20 € / 73,4 %

Bei GEMA-pflichtiger Musik addieren sich dazu noch die Kosten für den Musikdienstleister.

Eine hochwertige, GEMA-freie Musik ist daher tatsächlich die Alternative für die Zukunft.

Sie leistet das, was Hintergrundmusik leisten muss, bei gleichzeitiger, massiver Kosteneinsparung.