

1. Teil: Handy-Klingeltöne

Diese Arbeit erörtert Schutzmöglichkeiten von Handy-Klingeltönen und durch sie hervorgerufene Eingriffe in geschützte Rechte. Zuerst werden die wirtschaftliche Bedeutung und die technischen Voraussetzungen von Klingeltönen dargestellt. Nach der urheber- und markenrechtlichen Untersuchung dieser Melodien oder Geräusche werden im Schlussteil die Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser beiden Schutzinstrumente Urheber- und Markenrecht herausgestellt.

§ 1 Phänomen der Klingeltöne

Handy-Klingeltöne sind Geräusche oder Melodien, die dem Handy-Besitzer signalisieren, dass jemand anruft. Sie werden von der GEMA auch als Ruftonmelodien bezeichnet. Nachdem es bei den Festnetztelefonen anfangs nur ein einziges Klingelgeräusch, später auch einige wenige zur Auswahl gab, wird bei den Handys eine immer größere Vielfalt von Klingeltönen angeboten. Eine Zeit lang war es trendy, sein Handy durch verschiedene Cover (Handy-Gehäuse) persönlich zu gestalten, sei es in verschiedenen Farben oder mit den Zeichen seines Lieblings-Fußballvereins. 1998 begann dann die Zeit der Klingeltöne, mit denen jeder sein Handy individualisieren wollte. Durch die Wahl des Klingeltons kann sich der Handy-Nutzer akustisch präsentieren und so einen Kommentar über sich selbst abgeben. Der persönliche Klingelton gibt dem Einzelnen ein Jingle, eine akustische Signatur, die von der Aussagekraft des Liedes bestimmt wird. Dabei wurde im Laufe der Jahre die Auswahl und Vielfalt der Klingeltöne immer größer.

So gibt es schon seit einigen Jahren Klingeltöne, die sich an bekannten Melodien orientieren oder sie übernehmen. Zunächst gab es verschiedene, auf dem Handy fest vorgespeicherte Klingelgeräusche zur Auswahl (oft mit noch wenig attraktiven Namen wie Melodie 1–3), später wurden auch Klingeltöne mit bekannten Melodien (von Bach und Mozart bis zu den aktuellen Charts) oder mit Geräuschen (Tiere, Autos, usw.) zum Kauf, direkt auf dem Handy, und zum Download angeboten. Seit Mitte 2004 werden auch Zitate aus Filmen als Klingeltöne verkauft. Bei einem Anruf erklingen dann z. B. vom Hauptdarsteller gesprochene Passagen eines aktuellen Films. Die Zeit von gewöhnlichem Klingeln und Piepen ist also vorbei. In Straßenbahnen, Fußgängerzonen und auf Schulhöfen erklingen immer öfter Hits aus den aktuellen Charts, aufwändig komponierte Melodien, Sprüche und andere Töne. Handy-Klingeltöne begegnen jedem zu jeder Tages- und Nachtzeit, nahezu überall und zumeist unfreiwillig.

Besonders altmodisch in der Zeit der Klingeltöne wirken die Verbotsschilder in den Münchener S- und U-Bahnen mit dem folgendem Appell zur Rücksichtnahme: »Aus dem Walkman tönt es grell. Den Nachbarn juckt's im Trommelfell.«

I. Entwicklung des Phänomens

Der Finne Vesku Paananen kam Ende 1998 auf die Idee, Klingeltöne, die bekannte Lieder nachahmen, kommerziell anzubieten, um vor allem Angestellten in Großraumbüros zu ermöglichen, ihr Handy am Klingelzeichen zu erkennen.¹ Es dauerte allerdings einige Zeit, bis sich der Verkauf von Klingeltönen auch in Deutschland durchsetzte.

1999 hatten die Handys in Deutschland lediglich fest auf dem Gerät programmierte, monophone (einstimmige) Klingeltöne; die Anzahl der verschiedenen Melodien variierte von 7 (Ericsson T 10s) bis zu 39 (Nokia 3210).² Ab 2000 war es möglich, Melodien für eigene Klingeltöne am Gerät zu programmieren (z. B. Siemens C 35i, im April 2000 erschienen)³, oder auch Klingeltöne auf das Handy per SMS (z. B. Nokia 6210) oder über eine Infrarot-Schnittstelle (z. B. Ericsson T18s) »nachzuladen«.⁴

Seit Ende 2002 setzten sich dann zunehmend auch polyphone (mehrstimmige) Klingeltöne durch, die aus bis zu 40 verschiedenen Stimmen bestehen können (z. B. Samsung SGH-V200⁵) und nur von den neueren Handy-Modellen abgespielt werden konnten. Die Siemens AG beispielsweise brachte im September 2002 mit dem C 55 ihr erstes Handy auf den Markt, das polyphone Klingeltöne abspielen konnte.⁶ Bei einigen Handys aus den Jahren 2002/2003 (z. B. Siemens S 55, Sony Ericsson T 610) besteht zusätzlich die Möglichkeit, mittels einer mitgelieferten Software Klingeltöne am Computer zu erstellen⁷, die man dann per Bluetooth⁸, Infrarot-Schnittstelle oder Verbindungskabel auf das Handy überspielen kann. Das Siemens M 55 bietet seinem Nutzer sogar eine Software, die auf dem Handy vorinstalliert ist. Mit

1 Time vom 16.8.2004, S. 68.

2 Connect, Testkatalog 2000, S. 42.

3 Dieses Verfahren wurde bereits 1997 zum Patent angemeldet, vgl. Patentschrift DE 196 23 097 A1.

4 Connect, Testkatalog 2001, S. 26–31.

5 Connect, Testkatalog 2004, S. 36–49.

6 Sabine Potten, Siemens Customer Care Center, Email-Kontakt vom 6.4.2004.

7 z. B. der Ruftöne-Editor in der Siemens Data Suite.

8 Bluetooth ist ein Kurzstreckenfunkstandard, der die kabellose Kommunikation zwischen Geräten unterschiedlicher Hersteller sowie deren Verbindung mit dem PC ermöglicht. Mit dieser Technologie können z. B. Notebooks und Handys im Nahbereich (bis etwa 10 m) miteinander kommunizieren; Quelle: Brockhaus, 20. Auflage, »Bluetooth«.

dem mobilen Musikprogramm »Cubasis Mobile« kann der Nutzer schnell und einfach Klingeltöne komponieren.

Seit Sommer 2003 sind so genannte *Realtones* als nächste Generation von Klingeltönen auf dem Markt. Bei diesen Rufmelodien wird ein bereits bestehendes Masterband von einem Original-Lied mit Hilfe von MIDI⁹-Files zu einem Masterklingelton umgearbeitet. Neben den Steuerungsinformationen werden dazu Audiodaten direkt vom Masterband benutzt, so dass sie genau wie das Originallied klingen.

Im Juni 2004 brachte Siemens auch erstmals Festnetztelefone auf den Markt, die polyphone Klingeltöne abspielen können.¹⁰ Die Melodien können mittels eines Datenkabels vom PC auf das Telefon überspielt werden.

Die Klingelton-Musik erfüllt auf dem Handy verschiedene Funktionen. So dienen Klingeltöne dazu, das jeweilige Handy für den Besitzer zu individualisieren und personalisieren. Der Besitzer erkennt sein Handy-Klingeln unter mehreren Handys, andere Leute staunen über den originellen Klingelton des Besitzers und wieder andere rätseln einfach, welches Lied hinter dem Handy-Klingeln steckt. Beim Download ganzer MP3-Lieder auf ein Handy, welches dann einen Walkman ersetzen soll, werden ganz andere Qualitätsanforderungen sowohl an das Lied (komplette Länge, gute Klangqualität, keine Veränderungen beim Aufbau) als auch an das Handy-Gerät (längere Akku-Laufzeit, mehr Speicherplatz) gestellt.

Dabei spricht einiges dafür, dass es auch in Zukunft bei verschiedenen Geräten für verschiedene Funktionen bleiben wird: MP3s wird man in erster Linie mit einem MP3- oder CD-Player hören, wobei der Speicherplatz und die Akku-Laufzeit für den Käufer entscheidend sind. Wenn man also ein richtiges Lied »hören« will, schaltet man den MP3-Player ein und nutzt nicht die Realtones. Das Klingelzeichen ist vielmehr etwas Besonderes, wenn es dem Originalstück ähnelt und etwas anders klingt. Zudem kann man mit zunehmender Verbreitung von MP3-Playern, wie z. B. dem sehr erfolgreichen iPod von Apple, den Handy-Klingelton gar nicht mehr erkennen, wenn man selber Musik hört. Das Handy wird sich eher auf die Grundfunktionen beschränken müssen, um verbraucherfreundlich zu sein. Wenn es klein, mit ausreichend großem Display, handlich, möglichst langer Akku-Laufzeit und vor allem leicht sein soll, kann es nicht gleichzeitig auch erste Adresse für Spiele, MP3-Player und Organizer sein.

9 Abkürzung für »musical instrument digital interface«, also eine Schnittstelle für digitale Musikinstrumente, vgl. auch die ausführliche Erklärung auf S. 27 f.

10 Das Siemens Gigaset SLX740isdn und das Gigaset SL740 (für den Analoganschluss).

II. Verschiedene Arten von Klingeltönen

Vier Formen von Klingeltönen lassen sich unterscheiden: monophone und polyphone Klingeltöne, Klingeltöne, die keine Musik, sondern Geräusche enthalten, und Realtone-Klingeltöne.

Monophone Klingeltöne lassen lediglich die Grundmelodie des Originalliedes erklingen, und zwar in elektronischen Synthesizer-Klavier-Signaltönen, die in Tonhöhe und Notenwerten dem Original angenähert sind.

Die mehrstimmigen *polyphonen* Klingeltöne bestehen zwar auch aus MIDI-Daten, können dabei aber auf verschiedene Instrumenten-Klänge und vor allem auf mehrere Melodien gleichzeitig zurückgreifen, um dem Original-Sound bestmöglich zu imitieren.

Die *Realtones* oder auch Mastertones bestehen aus kurzen Ausschnitten aus dem Original eines Tonträgerherstellers, so dass ohne Veränderung z. B. der Refrain eines bestimmten Liedes als Klingelton verwendet werden kann. Diese Realtones können sogar den Gesang des Ausgangswerkes enthalten und werden seit Sommer 2003 angeboten.¹¹ Sie werden auch »real recorded ringtones« oder »Truetones« genannt und direkt aus der Originalaufnahme abgeleitet. Die Realtones werden genauso wie die anderen Klingelton-Arten verkauft und vermarktet, obwohl der Nutzer auch selbst z. B. ein MP3 so bearbeiten kann, dass ein Teil davon als Klingelton bei ihm auf dem Handy zu hören ist.

Die so genannten *Ringbacktones*, z. B. von T-Mobile oft beworben, sind keine Handy-Klingeltöne, sondern Musik, die gemeinsam mit dem zu hörenden Freizeichen vom Anrufer zur Wartezeitverkürzung gehört werden kann. Sie werden also gerade nicht vom Besitzer des Handys oder Telefons gehört und dürfen nicht mit den Realtones verwechselt werden. Von der GEMA werden sie als Freizeichenuntermalungsmelodie bezeichnet. Ringbacktones sind nicht Thema dieser Arbeit.

Außer nach den unterschiedlichen Formaten können die Klingeltöne nach ihrer Entstehung und ihrem Inhalt differenziert werden. Es gibt für Unternehmen, wie Siemens, MTV oder Jamba, speziell komponierte Klingeltöne und solche, die aus den Charts bekannte Lieder oder Filmmusiken wiedergeben. Weiter gibt es Klingeltöne mit Geräuschen von Autos oder Tieren und andere mit Stimmen von Prominenten oder Künstlern.

Hergestellt werden die Klingeltöne meist von den Verkäufern selbst, also von den Angestellten der Klingelton-Anbieter wie Jamba oder Handynauten.de. Vor allem die Realtones werden jedoch auch von den Tonträgerherstellern direkt produziert und vermarktet.

Die Mobilfunk- und die Internet-Dienste, also die mobilen Multimedia-Services mit Bild-, Ton-, Sprach-, Video- und Datenkomponenten, werden in Zukunft immer mehr verschmelzen und kaum noch zu unterscheiden sein.

¹¹ Der Spiegel, Nr. 22/2004, S. 185.

Das liegt vor allem an den neuen UMTS¹²-Übertragungsmöglichkeiten. Zwar bleiben die erste und zweite Mobilfunkgeneration mit Datenübertragungsraten von 9,6 (GSM¹³) und 115 Kilobit pro Sekunde (GPRS¹⁴) funktionsfähig, aber die Zukunft gehört eindeutig der UMTS-Infrastruktur mit Übertragungsraten von 2,5 Megabit pro Sekunde. Vor allem für die Realtones ist der UMTS-Standard sehr wichtig, da sie deutlich mehr Daten enthalten als die herkömmlichen Klingeltöne. Es ist jedoch nicht zu erwarten, dass zukünftig nur noch Realtones existieren werden, da sie sich klanglich zu wenig vom Geräuschpegel der Umwelt absetzen. Trotz vieler moderner Handy-Geräte bleiben auch nach Aussage der Klingelton-Anbieter die monophonen Klingeltöne sehr beliebt, da viele Leute bewusst die einstimmigen Melodien bevorzugen.¹⁵ Auch BMG Deutschland spricht davon, dass die attraktiven neuen Realtones die monophonen und polyphonen Klingeltöne lediglich ergänzen.¹⁶ Die monophonen und polyphonen Klingeltöne klingen etwas anders, wirken eher als Signale, so dass sich der Klang der Töne deutlicher von anderen Geräuschen unterscheidet und besser zu erkennen ist. Ein qualitativ deutlich besserer Hörerlebnis bei Realtones ist auch nicht gegeben, da vorerst kein Lautsprecher eines Handys geeignet ist, Musik in einem hochwertigen Format als Klingelton laut adäquat abspielen zu können.

III. Bestellmöglichkeiten

Beim Kauf von Klingeltönen sind grundsätzlich verschiedene Bestellmöglichkeiten zu unterscheiden. Sie können z. B. telefonisch über 0190-Nummern bestellt werden. Der Verbraucher sucht sich dabei im Internet oder in gedruckten Werbeanzeigen den gewünschten Klingelton aus und fragt ihn über eine 0190-Nummer ab, wobei die Minutenpreise meist zwischen 1,86 und 3,26 Euro¹⁷ liegen. Nach dem Telefonat mit der Service-Nummer wird dem Käufer der gewünschte Klingelton per SMS zugesendet. Die Werbung für die Bestellung von Handy-Klingeltönen per 0190-Service-nummern ist jedoch – zumindest in Zeitschriften und Sendern, die sich gezielt an Minderjährige richten – durch Urteile der Oberlandesgerichte Hamburg und Hamm wegen Ausnutzung der Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen als

12 Universal Mobile Telecommunication System.

13 Global System for Mobile Communication.

14 Der General Packet Radio Service (GPRS) ist ein paketvermittelter Datendienst in GSM-Netzen mit optimaler Nutzung der vorhandenen Netzressourcen. Vgl. *Bergmann/Gerhardt*, Handbuch der TK, 13.11.

15 Interview mit *Torsten Narajan*, Commercial Director beim Klingeltonhersteller Zed, WOM-Magazin 9/2004, S. 29.

16 BMG-Pressemitteilung vom 26.3.2004.

17 Stand Januar 2004. Seit Mitte 2004 werden die Klingeltöne überwiegend auf anderen Wegen bestellt.

wettbewerbswidrig eingestuft und verboten worden.¹⁸ Der Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (§ 1 UWG a.F.) und gegen die guten Sitten (§ 138 I BGB) wurde damit begründet, dass die Kinder nicht wüssten, wie lange genau der Ladevorgang sei und somit auch nicht, wie viel der Klingelton letztlich kostet. So gab es Anbieter, die den Kunden bewusst lange in der teuren Telefonleitung gehalten haben.¹⁹ Mit diesem Urteil untersagte das OLG Hamm der Beklagten auch die Werbung für das Herunterladen von sexuell anzüglichen Sprüchen in Kinderzeitschriften.²⁰ Dies könnte sich auch auf die Klingeltöne auswirken, zumal es bereits Anbieter gibt, die Klingeltöne mit Geräuschen von einem Paar beim Geschlechtsverkehr verkaufen.²¹

Die Klingeltöne können aber auch über das Internet mit einem vorher eingerichteten Konto / Guthaben vom Kunden bestellt werden. Zudem ist es möglich, über den WAP²²-Browser im Handy Melodien herunterzuladen, die dann über die monatliche Mobilfunkrechnung bezahlt werden.

In der Regel werden die Klingeltöne jedoch direkt per SMS zum Festpreis von 1,99 Euro pro Rufmelodie bestellt.²³ Die Übermittlung an den Kunden erfolgt auch bei dieser Bestellmöglichkeit per SMS. Die Bestellung per SMS ist auch im Abonnement möglich, bei dem etwa 3–5 Klingeltöne pro Monat im Paket angeboten werden.²⁴ Aber auch diese Bestellmöglichkeiten stoßen auf Widerstand, da Kinder und Jugendliche die Abonnements nicht im Blick behalten und damit Schulden machen.²⁵ Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Inkasso-Unternehmer sind bereits 850.000 Jugendliche im Alter von 15 bis 20 Jahren aufgrund von Klingeltönen verschuldet.²⁶ Wegen zahlreicher Beschwerden aufgrund schlecht gekennzeichnete Abo-Verträge

18 OLG Hamburg WRP 2003, 1003; OLG Hamm MMR 2005, 112. Zu den wettbewerbsrechtlichen Aspekten bei Werbemaßnahmen für Handy-Klingeltöne vgl. auch *Klees/Lange* CR 2005, 684 ff.

19 Im Fall des OLG Hamburg ging es um eine Klingeltonbestellung mit einem vierminütigen Telefonat, bei dem Kosten in Höhe von 14,52 DM verursacht wurden, WRP 2003, 1003 (1004).

20 OLG Hamm MMR 2005, 112 (114).

21 Vgl. www.jamba.de, Fun Sounds, z. B. »Orgasmus«, Stand Januar 2005.

22 Mit WAP (Wireless Application Protocol) ist ein Standard für eine generische Schnittstelle verfügbar, der es ermöglicht, Applikationen eines Providers überall drahtlos zu nutzen. Vgl. *Bergmann/Gerhardt*, Handbuch der TK, 13.11.

23 Vgl. dazu Klingeltonwerbung mit Erläuterung zum Bestellvorgang, Anhang A, Abbildung 5.

24 z. B. bei www.mload.de sieben mono- oder polyphone Klingeltöne monatlich für 3,99 Euro; bei www.jamba.de vier polyphone Klingeltöne für 4,99 Euro im Monat, Stand März 2005.

25 Etwa 20 Prozent aller Schüler geraten wegen zu hoher Handy-Rechnungen in finanzielle Schwierigkeiten. Vgl. Focus vom 21.3.2005, S. 140.

26 Zitiert nach Süddeutsche Zeitung vom 13.6.2005, S. 17.

hat Anfang 2005 das Bundeskabinett eine Novelle des Telekommunikationsgesetzes beschlossen, wonach die Anbieter die genauen Konditionen eines Abonnements vor Abschluss des Vertrages mitteilen müssen, um insbesondere Kinder vor ungewünschten oder nicht bezahlbaren Abonnements zu schützen, z. B. durch deutlichere Hinweise auf Preise und Kündigungsmöglichkeiten der Abonnements.²⁷ Häufig sind die Gesamtkosten der Klingelton-Abos in den Werbefilmen nur winzig klein oder gar nicht zu sehen.

Bei jeder Bestellung muss auch die gewünschte Art des Klingeltons (z. B. monophon oder polyphon) genannt werden. Wer eine bestimmte Melodie kaufen möchte, muss zudem regelmäßig den Hersteller seines Handys sowie oft das genaue Modell angeben.²⁸

Ein bisher noch nicht untersuchtes kartellrechtliches Problem könnte sich bald noch stellen, da die Preise für Klingeltöne bei nahezu jedem Anbieter bei 1,99 Euro liegen, so dass der Verdacht einer Preisabsprache nahe liegt.²⁹

Ein guter Vergleich der verschiedenen Bestellmöglichkeiten ist in der Zeitschrift Connect zu finden, die ausführlich die Klingelton-Anbieter Vodafone, O₂, T-Mobile, eplus, handy.de, nokia, jamba.de und zed.de getestet hat.³⁰ Dabei werden diese nach Angebot, Preisen, Download- und Zahlungsmöglichkeiten sowie Anwendungsschwierigkeiten untersucht und verglichen.

IV. Neue Vertriebswege

Klingeltöne werden längst nicht mehr nur über spezielle Plattformen wie Jamba.de vertrieben. Bei der englischen Firma »play.com« beispielsweise werden schon neben den »üblichen« Musik- und Film-Angeboten auf DVD und CD auch Klingeltöne verkauft. Vermutlich werden auch in Deutschland Warenhäuser im Internet, wie z. B. Amazon.de, demnächst Klingeltöne zum Kauf anbieten. Falls sich mit der Musicload-Plattform der Markt für legale Download-Möglichkeiten von MP3s online stabilisieren sollte, dürfte es nicht lange dauern, bis man über diese Portale auch Klingeltöne herunterladen kann. Seit Juni 2004 gibt es auch eine neue deutsche Version des Tauschprogramms Kazaa. Diese Version (2.6.3) ermöglicht nicht mehr nur den welt-

27 BT-Dr. 15/5213, S. 13 ff., 25 ff.

28 Vgl. Anhang A, Abbildung 5. Bei dieser Klingeltonwerbung muss jeweils eine andere Bestellnummer angegeben werden, wenn man einen monophonen Klingelton für ein Siemens Handy, einen monophonen für ein Nokia Gerät oder einen polyphonen Klingelton möchte.

29 In Japan sind die Wettbewerbshüter bereits gegen die fünf großen Plattenfirmen des Landes vorgegangen, da sie mit einem Joint Venture ein Unternehmen für Klingeltöne mit Monopolstellung errichtet haben und es dabei zu unfairen Lizenzierungspraktiken kam, vgl. Musikwoche.de vom 29.3.2005.

30 Connect 9/2004, S. 129.

weiten Tausch von Musikdateien (MP3s) und anderen Daten, sondern erstmals auch von Klingeltönen. Auch Apple überlegt bereits, über ihre Download-Plattform »iTunes Music Store Europa« Klingeltöne zu verkaufen.³¹

Unter Umständen werden die Tonträger-Hersteller bald auch den CDs der Künstler Klingeltöne als Bonus beifügen. Außerdem wäre denkbar, dass sich Klingeltöne als »Köder« für den neuesten Hit eines Stars eignen, deren erste Töne die Fans auf ihr Handy bekommen, bevor das Lied im Plattenladen erhältlich oder im Radio zu hören ist.

Im Rahmen einer Werbekampagne für Müller Milch hatte Dieter Bohlen einen Klingelton komponiert, den man per SMS über eine auf der Produktverpackung abgedruckte Telefonnummer bestellen konnte.³² Auch MTV möchte über exklusiv produzierte Klingeltöne unter dem Kennzeichen »Made Hear: Original Ringtones« Stars davon überzeugen, Lieder als Klingeltöne zu komponieren und zu produzieren. Diese werden seit Februar 2005 bei MTV vertrieben, wobei der HipHop-Produzent Timbaland den Anfang gemacht hat.³³ Insofern ist es nicht unwahrscheinlich, dass weitere Musiker spezielle Klingeltöne komponieren und diese verkaufen oder an Werbepartner z. B. als Hörmarke lizenzieren werden.

Seit Mitte 2005 vertreibt der Viacom-Musiksender MTV zudem Klingeltöne per Download gegen Bezahlung mit Prepaid-Karten. Diese MTVonPhone-Karten können aufgrund einer Kooperation mit Lekkerland-Tobaccoland an etwa 16.000 Terminals (die z. B. an Tankstellen oder Kiosken aufgestellt wurden) gekauft und wieder aufgeladen werden, um so Klingeltöne einzeln, also ohne undurchsichtige Abonnements, kaufen und bezahlen zu können.³⁴

Generell wächst die Bedeutung von Klingeltönen im Marketing-Bereich.³⁵ Die Firma Milka etwa hat im Rahmen einer Werbekampagne damit begonnen, auch eigene Klingeltöne zum Download anzubieten (so genannte »Alpen-Klingeltöne« auf www.milka.de). Wer sich ein Klingelton-Abonnement beim Anbieter Zed bestellt hat, erhält neben seinen Klingeltönen immer häufiger auch Werbe-SMS.³⁶ Demnächst könnten diese Werbe-SMS sogar direkt mit Klingeltönen und Melodien unterlegt werden, die sich beim Öffnen oder Empfangen der SMS automatisch abspielen. Dabei sind auch Klingeltöne als Hörmarken relevant. Mit einem originellen Klingelton kann jeder Service-Provider seine Dienstleistungen kennzeichnen und sich so von anderen Anbietern abheben.

31 www.macplus.org.

32 Der Spiegel, Nr. 31/2003, S. 79.

33 Musikwoche.de vom 11.1.2005.

34 Welt am Sonntag vom 3.7.2005, S. 28; vgl. www.mtv.de/MTVonPhone.

35 Zu den rechtlichen Problemen bei Werbe-SMS *Remmert* MMR 2003, 314 ff.

36 Connect 9/2004, S. 128.

Realtones werden vermehrt von den Plattenfirmen direkt angeboten, weil diese Klingeltöne unmittelbar den produzierten Masterbändern entnommen werden können. Dies erspart zudem Zwischenverkäufe, so dass auch den Mobilfunk-Unternehmen wie Vodafone und O₂ ermöglicht wird, sich direkt mit den Plattenfirmen über den Verkauf von Klingeltönen zu verständigen, ohne den Umweg über Anbieter wie Jamba gehen zu müssen.

§ 2 Wirtschaftsmarkt Klingeltöne

Die Bedeutung von Klingeltönen wächst ständig. Das hängt auch mit dem wachsenden Mobilfunkmarkt insgesamt zusammen. Laut einer Studie des Branchenverbandes BITKOM³⁷ telefonierten 78 % der Deutschen im Jahre 2003 mobil, für 2006 wird ein Prozentsatz von 88 prognostiziert.³⁸ Eine andere Studie belegt, dass 2004 bereits 69 % der 13- bis 16-Jährigen ein Handy besaßen.³⁹ Bei der Gruppe der 12- bis 19-Jährigen waren es im selben Jahr sogar 90 %. Das ist besonders bemerkenswert, da 1998 in derselben Altersgruppe gerade einmal 8 % ein eigenes Mobiltelefon hatten.⁴⁰ Bis 2004 waren Klingeltöne meist nur für jugendliche Handy-Besitzer interessant. Nach einer Studie eines Marktforschungsinstitutes sinkt die Bereitschaft, sich Klingeltöne auf das Handy zu laden, mit ansteigendem Alter drastisch.⁴¹ Mit zunehmendem Angebot an Klingelton-Melodien, auch von älteren Liedern, könnte sich dies jedoch künftig ändern.

Ein Klingelton kostet zur Zeit meist um die 2,- Euro⁴², wobei die Zielgruppe der Klingelton-Käufer 14 bis 29 Jahre alt ist. Europas Marktführer Jamba hat im Jahr 2003 etwa 10.000.000 Handy-Klingeltöne verkauft, rund 300 % mehr als im Vorjahr.⁴³ Im Jahre 2004 kommt Jamba nach Angaben des Magazins »Der Spiegel« bereits auf monatlich etwa 2 Millionen Downloads.⁴⁴ Nach einer Studie des Meinungsforschungsinstitutes TNS Emnid vom August 2004 laden sich etwa 10 % der knapp 65 Mio. Mobilfunk-Nutzer Klingeltöne auf das eigene Handy. Bei den 14- bis 29-jährigen gibt demnach

37 BITKOM = Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., Berlin.

38 BITKOM, Daten zur Informationsgesellschaft 2004, S. 12.

39 Studie »Kinder Online 2004«, Mobile Entertainment, Ausgabe Nr. 1, September 2004, S. 3.

40 Jugend, Information, Multimedia (JIM)-Studie 2004 des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, S. 53.

41 Nur 3 % der 35- bis 44-Jährigen haben sich schon einmal einen Klingelton gekauft; so die Studie aus dem Dezember 2004 von Jupiter Research, www.jupiterresearch.com.

42 Preis für einen mono- oder polyphonen Klingelton. Ein Realtone kostet zwischen 2,50 und 4,- Euro.

43 Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 22.2.2004, S. 34.

44 Der Spiegel Nr. 22/2004, S. 184.

sogar jeder vierte (22,3 %) einen Teil seines ihm zur Verfügung stehenden Geldes für Klingeltöne aus.⁴⁵

Mit Klingeltönen für das Handy wurde 2003 bereits mehr Geld verdient als mit den 23,8 Millionen verkauften CD-Singles.⁴⁶ Damit sind Klingeltöne zur Single der Neuzeit geworden.⁴⁷ Dies ist umso erstaunlicher, wenn man den boomenden Klingelton-Download mit dem sich nur mühsam etablierenden Download ganzer Lieder vergleicht. Offenbar gibt es viele Nutzer, die sich nicht scheuen, rechtswidrig ganze Lieder aus dem Internet zu ziehen, da ihnen der legale Download bei Preisen um 99 Cent zu teuer ist, dennoch bereit sind, für einen viel kürzeren Klingelton, der das Originallied zusätzlich verändert, mehr als das Doppelte auszugeben.

Die Preise für Klingeltöne sind in den letzten Jahren stark gestiegen. Ein monophoner Klingelton konnte im Jahr 2000 noch für 39 Pfennig bei Vodafone erworben werden. Mittlerweile muss man für die sogenannten Realtone in MP3 Qualität bis zu 4 Euro bezahlen. Dem Magazin »Der Spiegel« zufolge lagen die Gesamtausgaben für Klingeltöne 2003 in Deutschland bei 164 Mio. Euro, in Europa bei 800 Mio. Euro.⁴⁸ Der weltweite Umsatz der Branche wird für 2003 auf zwischen 1,7 Mrd.⁴⁹ und 3 Mrd.⁵⁰ Euro eingeschätzt.

Für 2004 sieht das Marktforschungsinstitut Consect als weltweit größten Klingelton-Markt Westeuropa mit einem Umsatz-Volumen von rund 1,5 Mrd. Dollar. An zweiter Stelle folgt Japan mit 1 Mrd. Dollar, danach Südkorea (0,5 Mrd. Dollar) und die USA (0,3 Mrd. Dollar).⁵¹ Erstaunlich ist dabei der nur vierte Platz für die Wirtschaftsgroßmacht USA. Dort ist aber auch das SMS schreiben nicht so beliebt wie in Europa, woraus in Deutschland immerhin ein großer Teil des Verdienstes der Mobilfunkanbieter resultiert. Seit 2005 nähert sich jedoch der mobile Entertainmentmarkt in den USA zügig den Vorreitern in Asien und Europa an.⁵² Für Deutschland wurde das Marktvolumen für 2004 auf Zahlen zwischen 150 und 200 Mio. Euro geschätzt,⁵³ für die ersten drei Quartale 2005 bereits auf 212 Mio. Euro.⁵⁴ Indes beruhen

45 Es wurden 1.000 Personen im Zeitraum vom 2. bis 3.8.2004 befragt.

46 Der Spiegel Nr. 22/2004, S. 184.

47 Hemmerden, Musikwoche 9/04, S. 24.

48 Der Spiegel Nr. 22/2004, S. 185. Die FTD hingegen beziffert den den Umsatz mit Klingeltönen in Europa für 2003 nur auf knapp 350 Millionen Euro, Financial Times Deutschland vom 8.10.2003.

49 N24, Fernseh-Sendung »Wirtschaft Intern« vom 3.6.2004.

50 Spiegel Online vom 14.1.2004.

51 Jamba-Pressemeldung vom 8.10.2004.

52 So kaufen 2005 rund 23 % aller US-Handybesitzer Klingeltöne, 2004 waren es nur 5 %, Musikwoche.de vom 10.8.2005.

53 Financial Times Deutschland vom 8.4.2004, S. 6, bzw. Welt am Sonntag vom 30.1.2005, S. 25.

54 Focus Nr. 4/2006, S. 122.

alle Umsatzzahlen nur auf Schätzungen und Vermutungen von Experten. Genaue Zahlen sind noch nicht bekannt.

Die Bedeutung des Wirtschaftsmarktes Klingeltöne lässt sich auch an der für sie betriebene Werbung erkennen. Auf den Musiksendern VIVA und MTV läuft in den Werbepausen fast ausschließlich Reklame für Klingeltöne, auf nahezu jeder Videotextseite der privaten Fernsehsender findet sich mindestens ein Hinweis auf Bestellmöglichkeiten, und für Handy-Klingeltöne wird auch in Printmedien mit der Zielgruppe 14- bis 19-Jährige geworben.⁵⁵ Für die Sender mit jungem Publikum gehören die Mobile-Entertainment-Anbieter mit ihren Spots für Klingeltöne und anderem Handy-Zubehör inzwischen zu den wichtigsten Werbekunden.⁵⁶ So gehörte 2004 die Firma Jamba mit einem Auftragsvolumen von 80 Mio. Euro zu den Unternehmen, die in Deutschland die größten Summen in TV-Werbung investierten.⁵⁷ Seit Ende 2003 werden auch während eines Fernsehfilms Werbezeilen eingeblendet, damit man das jeweilige Lied zum Film auch direkt per SMS als Handy-Klingelton bestellen kann (z. B. das Lied »Reality« während des Films »La Boum«⁵⁸). Laut RTL2-Marketing-Chef Conrad Heberling wird beim Einkauf neuer Serien für das Fernsehprogramm bereits darauf geachtet, dass die Klingelton-Rechte direkt mit erworben werden.⁵⁹

Das Geschäft mit Klingeltönen ist ein Zukunftsmarkt, so dass bereits über einen Börsengang von Jamba spekuliert wird, die neben Klingeltönen auch Handy-Logos und -Spiele vertreiben. Außer bei Jamba.de werden Klingeltöne z. B. bei zed.de, handynauten.de oder mload (ein Service von Mobilcom) verkauft, aber auch nahezu jedes andere Mobilfunk-Unternehmen bietet in irgendeiner Form Klingeltöne an. Nach der Übernahme von Jamba durch VeriSign für 273 Mio. Euro im Mai 2004, wurde Finnlands Jippii vom britischen Unternehmen iTouch gekauft. Das unterstreicht zusätzlich die Wachstumsmöglichkeiten der europäischen Klingelton-Märkte.

Nach den Umsatzeinbrüchen durch illegale Kopien und die Konsumflaute auf dem »normalen« Musikmarkt⁶⁰ spricht der Deutsche Musikverlegerverband beim Klingelton-Markt von einer »neuen verheißungsvollen Generation der Musikauswertung, die die Musikbranche aus dem Tal der jahrelangen Wirtschaftskrise auf dem Tonträgermarkt herausführen könnte«.⁶¹ Die Branche erhoffte für das Jahr 2004 Umsätze von 400 bis 500 Mio. Euro mit

55 Siehe Anhang A, Abbildungen 1–5 mit Klingeltonwerbeanzeigen aus Zeitschriften und dem Internet.

56 Musikwoche.de vom 24.5.2004.

57 Focus Money Nr. 53/2004, S. 9.

58 Ausgestrahlt am 5.2.2005 auf Kabel 1.

59 Der Spiegel Nr. 22/2004, S. 184.

60 2003 brach der Umsatz mit 19,8 % nach Angaben der Phonoverbände so stark ein wie noch nie und verringerte sich auf 1,65 Milliarden Euro.

61 Dpa-Meldung vom 29.7.2004.

Handy-Klingeltönen⁶² und profitiert außerdem vom Nebeneffekt der Klingeltonwerbung, die auch die Musik-CD-Singles »cross-promoted«, also über Kanäle bekannt macht, über die normalerweise nicht für Singles geworben wird.⁶³ So wird neben der normalen Klingelton-Werbung immer öfter auf verschiedenen Fernsehsendern, wie z. B. MTV oder RTL2, ein »Ringtone / Klingelton des Monats« vermarktet.

Mit zunehmender Bekanntheit der Klingeltöne könnten noch weitere Käuferschichten erschlossen werden. Auch wenn mit Charts-Musik-Klingeltönen Hauptzielgruppe die Jugendlichen sind, wird es zukünftig für die älteren Handy-Nutzer bald entsprechende Klingeltöne mit Musik der 1970er-Jahre, Klassik⁶⁴ oder Volksliedern geben, damit jede Altersschicht ihr Handy entsprechend personalisieren kann.

So vielversprechend das Klingelton-Geschäft für die Musikindustrie angesichts der oben genannten Umsatzzahlen aussieht, gilt das für die Mobilfunkindustrie nicht im gleichen Maße: der Umsatz mit diesen Klingelton-Downloads macht nur etwa 5 % des Gesamtumsatzes aus, das meiste Geld verdienen die Mobilfunk-Anbieter also immer noch mit Telefonieren und SMS.

Eine Studie der Arc Group, einer Beratungsfirma der Telekommunikations-Branche, prognostiziert für das Jahr 2008 einen weiteren Anstieg des Umsatzes mit Klingeltönen weltweit auf bis zu 5,2 Mrd. Dollar.⁶⁵ Dem »Spiegel« zufolge wird beim europäischen Markt ab 2008 mit einem auf etwa 3 Mrd. Euro anschwellenden Umsatz gerechnet.⁶⁶ Nach einer Schätzung von Ovum werden 2008 weltweit 4,2 Milliarden Klingeltöne heruntergeladen.⁶⁷

Beteiligt an diesem Wirtschaftsmarkt der Klingeltöne sind die Urheber und deren Musikverlage, die GEMA und die Klingelton-Anbieter, seien es unabhängige wie Jamba oder Handynauten oder Plattformen der Mobilfunkanbieter (z. B. T-Zones bei T-Mobile). Bei den Realtones verdienen auch die Plattenfirmen (Labels) mit, da ein Teil ihres Masterbandes lizenziert werden muss.

62 Connect 9/2004, S. 126.

63 Presse-Mitteilung von BMG (Bertelsmann Music Group) vom 26.3.2004.

64 Vgl. z. B. www.klassik.jamba.de.

65 Spiegel Online vom 14.1.2004.

66 Der Spiegel Nr. 22/2004, S. 185.

67 Time vom 16.8.2004, S. 69.