

# Thomas Wedekind

## Gagenliste Deutscher Sprecher *GDS* - 2016 *Verband Deutscher Sprecher (VDS)*



Verband Deutscher Sprecher e.V.

gültig ab 01.01.2016

### Grundsätzliches:

Die *Gagenliste Deutscher Sprecher* (ehem. 'Hamburger Liste') ist eine über viele Jahre gewachsene Orientierungshilfe bei Gagenverhandlungen, zur Vereinfachung von Kalkulationen gegenüber Agenturen und Produktionshäusern sowie innerhalb der großen Gruppe der Sprecher.

Dieses Instrument wird kontinuierlich weiterentwickelt, gepflegt und an die sich ständig verändernden Erfordernisse unserer Branche angepasst. An diesem Prozess beteiligt sind neben Sprechern, Studios und Produktionshäusern auch Vertreter der Interessengemeinschaft der Produzentenallianz und des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen GWA, die diese Empfehlungen ausdrücklich unterstützen.

Gleichwohl stellen die genannten Gagen keine tarifliche Absprache oder Verpflichtung dar, sie dienen ausschließlich der Orientierung und Vergleichbarkeit und jeder Posten ist selbstverständlich individuell verhandelbar.

Die *Gagenliste Deutscher Sprecher* versteht sich allerdings als gemeinsam entschiedene Empfehlung für eine angemessene und vergleichbare Gagengestaltung.

### Wording:

Die *Gagenliste Deutscher Sprecher*, ehem. *Hamburger Liste*) unterscheidet zwischen dem **Layout** (unveröffentlichte Aufnahme, einzeln oder als pauschale *SessionFee*) und der **Verwertung** (einzeln oder als Paket, i.d.R. 1 Jahr). Aus der Verwertungsgage oder Verwertungspaket wird im ersten Jahr das Layout angerechnet. In Folgejahren werden die Verwertungen mit 100% (aus Archiv) berechnet.

**Bitte beachten Sie auch die "Definitionen und Konditionen" ab Seite 8.**

- Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. • Alle Preise freibleibend. • Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
- Alle Gagen verstehen sich exklusive der Handlungskosten (HU) des Studios und der aktuellen Künstlersozialabgabe.
- Konkrete Gagen werden erst nach Vorlage des Textes und Nennung von zeitlicher und räumlicher Verwertung gewährt.
- Spesen-, Fahrt- und Übernachtungskosten sowie Auslagen werden extra berechnet.
- Die Verwertungsrechte werden erst nach vollständiger Zahlung übertragen.

### Inhalt:

1. Layout Session Fee
2. Verwertung Session Fee
3. Verwertungen PAKETE
4. Zeitlich unbegrenzte Nutzung
5. Räumlich unbegrenzte (weltweite) Nutzung
6. Zeitlich und räumlich (weltweite) Nutzung
7. Funkspot *plus*
8. Layouts und Verwertungen EINZELN
9. Image-/Industriefilm, E-Learning, Hörbuch, Telefonansage
10. Definitionen & Konditionen

## 1. SESSION FEE – Layout

Alternativ zu einzelnen Layouts kann eine pauschale Session Fee gebucht werden.

**Im Vorfeld buchbar** steht die Sprecherin/der Sprecher dem Studio, den Kreativen und den Kunden *eine Stunde für die gestalterische Arbeit an Text und Spots* zur Verfügung.

In dieser Zeit kann an verschiedenen Textvarianten, auch für verschiedene Spots eines Kunden und einer Marke gearbeitet werden. Auch Texte zur internen Nutzung (z.B. Casefilme, MakingOfs, Vorstandspräsentationen etc.) können in diesem Rahmen mit aufgenommen werden.

Ein Überschreiten der 60 Minuten wird nach den Maßstäben der Kulanz und Arbeitsatmosphäre gehandhabt, sonst in 30-Minuten-Schritten weiter gezahlt.

**Unabhängig von der Anzahl der gesprochenen Varianten: 600,00 €**

## 2. SESSION FEE – Verwertung

Die Verwertung **einzelner Spots aus einer Session Fee** ist wie folgt geregelt:

Für die **Veröffentlichung des 1.Spots** wird ein klassisches Layout (250,00 €) angerechnet, z.B.:

<b>1. TV-Spot National</b> (Verwertung 600,00 € abzgl. 250,00 € Layout)	<b>350,00 €</b>
<b>1. Funkspot National</b> (Verwertung 450,00 € abzgl. 250,00 € Layout)	<b>200,00 €</b>

**Ab dem 2. veröffentlichten Spot** fällt wie gehabt die **volle Verwertung (100%) pro Spot/Medium** an:  
lt. Liste also 600,00 € (TV) oder 450,00 € (Funk) usw.

Werden aus einer Session Fee mehrere Spots als PAKETE veröffentlicht (Pakete 3.1–3.4), wird **pro Verwertungspaket 1 klassisches Layout (250,00 €) verrechnet** (also abgezogen).

**Jahresgagen oder Neu-Verwertung für neue Motive, andere Produkte, neues Medium** o.ä. werden wie gehabt mit **100% Verwertung** in Rechnung gestellt.

### 3.1 Paket TV-SPOT *plus*

Alternativ zur einzelnen Abrechnung von Verwertungen, Cut-Downs und Schnittvarianten gibt es die Möglichkeit des im Vorfeld buchbaren **TV-SPOT *plus* – Verwertungspakets**.

#### **1 Spot/Hauptmotiv**

**inkl. bis zu 3 Cut-Downs** (z.B. 30“ Hauptspot plus Cut-Downs: 25“,20“,10“ o.ä.)

**inkl. etwaige Bildänderungen**, wie z.B. *Störer* (JETZT NEU! „Nur zur WM“ etc.)

**Laufzeit bis zu 1 Jahr** ab Schaltung der ersten Variante

**zur Nutzung ausschließlich im TV 1.600,00 €**

### 3.2 Paket INTERNET-SPOT *plus*

Die selben Bedingungen wie beim TV-SPOT *plus* - Verwertungspaket, aber zur Nutzung **ausschließlich** im Internet (inkl. eigener Websites, YouTube, SocialMedia-Plattformen etc.)

#### 1 Spot/Hauptmotiv

inkl. bis zu 3 Cut-Downs (z.B. 30" Hauptspot plus Cut-Downs: 25", 20", 10")

inkl. etwaige Bildänderungen, wie z.B. Störer (JETZT NEU! „Nur zur WM“ etc.)

Laufzeit bis zu 1 Jahr ab Schaltung der ersten Variante.

**Nutzung ausschließlich im Internet**

**1.600,00 €**

### 3.3 Paket TV-INTERNET-SPOT *plus*

Das TV-INTERNET-SPOT *plus* - Verwertungspaket verbindet die Pakete 3.1 und 3.2

#### 1 Spot/Hauptmotiv

inkl. bis zu 3 Cut-Downs (z.B. 30" Hauptspot plus Cut-Downs: 25", 20", 10")

inkl. etwaige Bildänderungen, wie z.B. Störer (JETZT NEU! „Nur zur WM“ etc.)

Laufzeit bis zu 1 Jahr ab Schaltung der ersten Variante.

**Zur Nutzung im TV und im Internet** (z.B. eigene Website, YouTube, SocialMedia, etc.)  
**sowie Messe und POS**

**2.100,00 €**

### 3.4 Paket ALL MEDIA-SPOT *plus*

Das ALL MEDIA-SPOT *plus* - Verwertungspaket verbindet die Pakete 3.1 bis 3.3 und erweitert es um weitere Verbreitungskanäle wie z.B. Kino, Stadionsdurchsagen, Veranstaltungen, Verkehrsmittel, etc.

#### 1 Spot/Hauptmotiv

inkl. bis zu 3 Cut-Downs (z.B. 30" Hauptspot plus Cut-Downs: 25", 20", 10")

inkl. etwaige Bildänderungen, wie z.B. Störer (JETZT NEU! „Nur zur WM“ etc.)

Laufzeit bis zu 1 Jahr ab Schaltung der ersten Variante.

**Zur Nutzung in allen bekannten Medien**

**3.000,00 €**

**Voraussetzung bei allen Paketen** ist, dass es sich *nicht um sinnverändernde Varianten* oder veränderte, abweichende oder neue Produkte im Bild handelt. Es geht ausschließlich um die Möglichkeit, verschiedene Längen eines Spots mit kleinen Bildvarianten im Paket zu buchen.

Die Laufzeit für alle Spotvarianten beginnt mit der ersten Schaltung einer Version und wird auf 1 Jahr beschränkt.

**Bei Spots, die aus einer SessionFee entstanden sind, wird pro Paket-Buchung jeweils ein klassisches TV-Layout verrechnet. (250,00 €).**

Bei allen Paket*plus*-Varianten ist auch die *losgelöste Einzelnutzung einer Variante* (z.B. nur der 20-Sekünder) *im Folgejahr* möglich, dann wird -wie gehabt- eine klassische 100%-Verwertung (TV 600,00 €) berechnet.

#### 4. ZEITLICH UNBEGRENZTE NUTZUNG

Bei sukzessiven Nachbuchungen werden das zweite (oder jeweilige Folge-Jahr) wie gehabt mit einer 100%-Verwertung berechnet.

**Eine zeitlich unbegrenzte Nutzung wird mit Faktor 3 berechnet.**

1 TV-SPOT (klassische Einzelabrechnung)	1.800,00 €
1 TV-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.1)	4.800,00 €
1 INTERNET-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.2)	4.800,00 €
1 TV-INTERNET-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.3)	6.300,00 €
1 ALLMEDIA-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.4)	9.000,00 €

#### 5. RÄUMLICH UNBEGRENZTE NUTZUNG (WELTWEIT)

**Eine räumlich unbegrenzte (weltweite) Nutzung wird mit Faktor 4 berechnet.**

1 TV-SPOT (klassische Einzelabrechnung)	2.400,00 €
1 TV-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.1)	6.400,00 €
1 INTERNET-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.2)	6.400,00 €
1 TV-INTERNET-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.3)	8.400,00 €
1 ALLMEDIA-SPOT <i>plus</i> (Paket 3.4)	12.000,00 €

**ACHTUNG:** Bei englischsprachigen Spots oder Markenclaims („DAS AUTO“ oder „GARNIER“ etc.) gelten wie gehabt Einzelabsprachen nach Verhandlung.

#### 6. ZEITLICH **UND** RÄUMLICH UNBEGRENZTE NUTZUNG (WELTWEIT)

Bei der größtmöglichen (und wohl seltensten) **Kombination sämtlicher Nutzungsmöglichkeiten** werden die Regelungen 4. und 5. auch rechnerisch kombiniert (also Faktor 3 und 4). Die zeitlich und räumlich unbegrenzte Nutzung **wird dann mit Faktor 12 berechnet.**

1 TV-SPOT (klassische Einzelabrechnung)	7.200,00 €
1 TV-SPOT <i>plus</i> (s.Paket 3.1)	19.200,00 €
etc...	

**ACHTUNG:** Bei englischsprachigen Spots oder Markenclaims („DAS AUTO“ oder „GARNIER“ etc.) gelten wie gehabt Einzelabsprachen nach Verhandlung.

## 7. FUNKSPOT *plus*

Vergleichbar mit den zusätzlich im Internet nutzbaren **plus**-Paketen bei TV-SPOTS gibt es auch die erweiterte Möglichkeit der **FUNKSPOT-Nutzung im Internet**. Die **zeitlich parallele Nutzung** der Spots ausschließlich **im Webstream des Live-Programms** und dessen Werbeblöcken ist im normalen Funkspot enthalten, da sie nur als ein anderes Empfangsgerät gewertet wird.

Soll ein Spot zu anderen Zeiten oder einem anderen Medium als im laufenden Programm geschaltet werden, z.B. als **PreRoll** vor Beginn der eigentlichen Streamings, als **vor- oder zwischengeschaltete Werbeform** bei Musikdiensten (Spotify etc.) oder als gespeicherter Inhalt (z.B. bei **downloadbaren Podcasts**), wird das als neue, eigenständige Verwertung abgerechnet, wie bei anderen Verwertungswegen auch, mit **100% der Ausgangsgage**.

Im Vorfeld kann das **Paket FUNKSPOT plus** gebucht werden: **Darin enthalten** sind dann neben der Nutzung im Livestreaming **auch Schaltungen als PreRoll** und **bei Musikdiensten sowie Podcasts**. **NICHT enthalten** sind div. **Schnittfassungen**.

**FUNKSPOT *plus***

**650,00 €**

Weitere Nutzungen im Internet, wie z.B. unter (bewegten) **Bannern, GIFs, Bildern** etc. sollten noch **individuell gestaltet** werden. Die Entwicklung weiterer zukünftiger Werbeformen im Internet wird von der Arbeitsgruppe GDS beobachtet und bei kommenden Anpassungen der GDS berücksichtigt.

## 8. LAYOUTS UND VERWERTUNGEN EINZELN

Bezeichnung	LAYOUT €		Anmerkungen / Erklärungen	
<b>Layout</b>	<b>250</b>		Klassisches Layout für TV, Kino, Funk, Internet, etc.	
<b>Session Fee</b>	<b>600</b>		Details zur "Session Fee" siehe auf Seite 2 dieser Liste	
Bezeichnung	VERWERTUNG €		Anmerkungen / Erklärungen	
<b>TV Spot</b>	national	<b>600</b>	Gagen für lokale TV-Spots auf Anfrage	
	regional	<b>500</b>		
<b>TV Reminder</b>	national	<b>300</b>	50% des Originalspots – nur in Verbindung mit Hauptspot	
	regional	<b>250</b>		
<b>TV Patronat</b>		<b>600</b>	pro Sendung/Format, inkl. vor/nach/während der Werbung, bis zu 4 Versionen. Mehr Varianten nach Vereinbarung.	
<b>TV Animatic</b>		<b>250</b>		
<b>TV Narrative</b>		<b>250</b>		
<b>TV Österreich</b>		<b>600</b>		
<b>TV Schweiz</b>		<b>600</b>		
<b>INTERNET-SPOT 1</b> (Internet komplett)	web	<b>600</b>	Inkl. YouTube, Vimeo, Banner, SocialMedia, etc.	
<b>INTERNET-SPOT 2</b> (nur 1 Website)	web	<b>300</b>	Nutzung exklusiv auf eigener Website ohne Verlinkung zu YouTube, etc.	
<b>KINO</b>	national	<b>600</b>	wie TV national/regional	
	regional	<b>500</b>		
<b>POS</b> (mit Bild)	national	<b>600</b>	POS ohne Bild siehe LADENFUNK	
	regional	<b>500</b>		
<b>MESSE Spot</b>		<b>500</b>		
<b>MOODFILM</b>		<b>250</b>	interne Nutzung (keine Veröffentlichung)	
<b>FUNK Spot</b>	national	<b>450</b>	Enthalten ist die Nutzung im Webstream des Live-Programms (Werbeblock) von Radiosendern als zusätzliches Empfangsgerät. Für die zusätzliche Verwertung, z.B. als PreRoll, siehe Punkt 7 „FUNKSPOT plus“  Gagen für lokale Funkspots auf Anfrage	
	regional	<b>350</b>		
<b>FUNK Reminder</b>	national	<b>225</b>	50% des Originalspots – Nur in Verbindung mit Hauptspot	
	regional	<b>175</b>		
<b>FUNK Internet-Verwertung</b>	web	<b>450</b>	nur bei gespeicherten/abrufbaren Inhalten, z.B. Podcasts	
<b>LADENFUNK</b>	national	<b>450</b>		
	regional	<b>350</b>		
<b>FUNK Allongen</b> (lokale Abbinder)		<b>A</b>	<b>B</b>	<b>A:</b> Nutzung inkl. Neuaufnahme <b>B:</b> reine Nutzung ohne erforderliche Neuaufnahme
	1.Spot	<b>150</b>	<b>60</b>	
	2.-10.Spot	<b>80</b>	<b>40</b>	
	ab 11.Spot	<b>50</b>	<b>30</b>	
<b>TELEFON-WERBESPOT</b> Werbepot in Warteschleife (pro Jahr)		<b>250</b>		Reine Telefonansagen ohne werbliche Inhalte s. unter Punkt 9 „TELEFONANSAGE“ auf der folgenden Seite

## 9. IMAGE-/INDUSTRIEFILM, E-LEARNING, HÖRBUCH, TELEFONANSAGEN

IMAGE-/INDUSTRIEFILM	Verwertung €	Nutzungsdauer	Anmerkungen / Erklärungen
bis 2 Min. Textlänge (Grundgage)	300	zeitlich unbegrenzt	inkl. YouTube, Vimeo, SocialMedia, Messevideo, Präsentationen, DVD, Tagungsintrö, App, etc. <u>KEINE Nutzung als vorgeschalteter oder eingebetteter Werbespot oder Broadcast-Bereich!</u> (-> s. Werbung)
bis 5 Min. Textlänge	400	zeitlich unbegrenzt	
je weitere 5 Minuten	100	zeitlich unbegrenzt	
E-LEARNING	Verwertung €	Nutzungsdauer	Anmerkungen / Erklärungen
bis 5 Min. Textlänge (Grundgage)	300	zeitlich unbegrenzt	Nutzung intern/Intranet (Mitarbeiterschulung, Schulungsvideo, After-Sales-Texte, Audioguides, Tutorials, etc.) - <u>KEINE Nutzung für Internet/Broadcast!</u>
je weitere 5 Minuten	60	zeitlich unbegrenzt	
HÖRBUCH	Verwertung €	Nutzungsdauer	Anmerkungen / Erklärungen
1. Tag (Grundgage inkl. Vorbereitung)	800	zeitlich unbegrenzt	1 Studiotag = max. 6 Std.
je Folgetag	600	zeitlich unbegrenzt	
TELEFONANSAGE	Verwertung €	Nutzungsdauer	Anmerkungen / Erklärungen
Warten / Mailbox / AB – bis 3 Module	250	zeitlich unbegrenzt	max. Länge je Modul: 30 Sek.
jedes weitere Modul	50	zeitlich unbegrenzt	max. Länge je Modul: 30 Sek.
Werbespot in Warteschleife	250	1 Jahr	

### TEXTLÄNGEN für Image-/Industriefilm & E-Learning

Eine kleine Rechenhilfe, um geschriebenen Text in gesprochene Textlänge umzurechnen, ist folgende Formel:

**900 Zeichen inkl. Leerzeichen = ca. 1 Minute gesprochener Text.**

Wichtig dabei: lange Zahlen, z.B. 1938 (neunzehnhundertachtunddreißig) sollten zwar als Ziffern geschrieben, aber als "Wort", und Abkürzungen wie "z.B. (zum Beispiel)", ausgeschrieben berücksichtigt werden werden.

## 10. DEFINITIONEN & KONDITIONEN

### Layout-Honorare

Ab wann wird eine weitere Layoutgage (bzw. RZ bei Ausstrahlung) z.B. für Alternativen fällig?

Z.B. wenn es sich um eindeutige Textvarianten handelt.

Beispiel: "Alles, was Sie dazu wissen müssen, erfahren Sie ab sofort in der neuen Men's Health."

Alternative: "Ab sofort sagt Ihnen Men's Health, alles, was Sie dazu wissen müssen. Neu: Men's Health."

Alternative: "In der neuen Men's Health erfahren Sie alles, was Sie dazu wissen müssen - jetzt im Handel."

Häufig gibt es schon zu Beginn der Produktionen unterschiedliche Textmanuskripte vom Kunden. Es handelt sich fraglos um Varianten, die berechnet werden.

Auch kommt es vor, dass direkt bei der Aufnahme Texte geändert werden. Dabei sollte man prüfen, ob hier lediglich Worte umgestellt werden oder ob z.B. Worte aus Gründen des Timings weggelassen bzw. ergänzt werden - diese Varianten sollten ohne Frage vom Sprecher kostenfrei mitgesprochen werden.

Beispiel: "Alles, was Sie dazu wissen müssen, erfahren Sie ab sofort in der neuen Men's Health."

Klingt "müssen" vielleicht zu fordernd?

"Alles, was Sie dazu wissen *sollten*, erfahren Sie ab sofort in der neuen Men's Health."

Alternativen wie "ab Heute..." oder "Morgen..." sind auch zweifelsfrei Textvarianten, allerdings beinhalten sie schon, dass sie jeweils nur an einem Tag ausgestrahlt werden können (-> siehe Zeitvarianten).

### Verwertungsrechte

Das Verwertungsrecht gilt in der Regel für ein (1) Jahr ab Erstausrahlung. Wird der Zeitpunkt der Erstausrahlung nicht genannt, gilt das Verwertungsrecht für ein (1) Jahr ab dem Aufnahmedatum.

Wird ein Teil aus einem Spot für ein neues Motiv verwendet, ist ein weiteres Verwertungshonorar fällig.

### Branchenübliche Wiederverwertungsrechte

Wird die Sprache aus einem bereits ausgestrahlten Spot (egal welches Medium) für einen neuen Spot genutzt, ohne dass der Sprecher noch einmal ins Studio muss, wird für die Sprache ein entsprechendes Verwertungshonorar entsprechend des jeweiligen Mediums fällig (Funk/TV/Kino/Internet/POS etc.). Das Verwertungsrecht gilt wie üblich für 1 Jahr ab Erstausrahlung.

Wird ein bestehender Spot verändert: z.B. gekürzt (Cut-Down), umgeschnitten, mit anderen Einblendungen oder einer anderen Verpackung versehen, mit einem neuen Off versehen etc., spricht man von einem neuen Spot. Auch wenn diese Änderung noch innerhalb der Laufzeit des 1. Ausstrahlungsjahres vorgenommen wird, wird wiederum ein Verwertungshonorar entsprechend des jeweiligen Mediums fällig (Funk/TV/Kino/Internet/POS etc.). Das Verwertungsrecht gilt auch hier für 1 Jahr ab Erstausrahlung.

**Regionalgagen** gelten entweder für 1 Bundesland oder für Großstädte wie HH, B, F, K, S, M, D, H, L, DD.

**Lokalgagen** betreffen die kleinste Gattung: „Die urige Kneipe gleich nebenan“ oder „Die etwas andere Tankstelle: Musterstraße 5 - Bärenstark!“ und laufen oft nur auf einem Sender im Lokalfenster.

### Reminder

Ein im Werbeblock nachgeschobener Spot, der immer mindestens um die Hälfte kürzer als der Hauptspot ist und immer inhaltlich direkten Bezug auf den Hauptspot nimmt. Ziel des Reminders ist es, Informationen aus dem Hauptspot zu verankern. Ansonsten liegt ein weiteres Motiv vor. Reminder-Gagen gelten generell nur in Verbindung mit dem Hauptspot (sowohl bei Produktion als auch bei der Ausstrahlung).

Reminder, die in einem Werbeblock ohne den Hauptspot ausgestrahlt werden (oder bereits von der Textgestaltung her auch ohne den Hauptspot ausgestrahlt werden 'könnten'), werden als reguläre Spots berechnet! Ist ein als Reminder angedachter Text annähernd oder gleich lang wie der Hauptspot, so liegt hier kein Reminder sondern ein weiterer Spot vor.

Die Reminder-Definition gilt auch für sogenannte "Preminder" (auch "Tandem-Spot" genannt), eine Art Teaser auf den Hauptspot. Beispiel: "Noch kein Weihnachtsgeschenk? Der XY-Markt hat genau das Richtige für Sie! Mehr Infos gleich nach dem nächsten Spot / Bleiben Sie dran!".

## Allongen / Tag-Ons

Hier handelt es sich um Händlernennungen (also die Bezugsquelle), die direkt an einen fertigen Hauptspot angeschnitten werden (Beispiel: "Ab 1.Mai bei Ihrem Volkswagen-Partner Autohaus Muster in Musterstadt!", "Nur diese Woche für 6,99 € bei LIDL", etc.). Bei Anschnitt an mehrere Spots ist für jeden Spot-Anschnitt ein neues Allongen-Honorar zu zahlen. Der Sprecher der Allongen erhält eine nach Stückzahl gestaffelte Entlohnung. Erfolgt die Allonge nicht im unmittelbaren Anschnitt an den Basis-Spot liegt ein Tandem-Spot oder Reminder vor (-> s. Reminder). Normalerweise wird der Sprecher der Allongen nicht in dem sogenannten "Basis-Spot" auftauchen. Sollte dies dennoch der Fall sein, so ist immer eine einzelne Allonge im Preis für den Basis-Spot enthalten. Unabhängig von der Anzahl der Allongen erhalten jene Sprecher, die "nur" den Basis-Spot gesprochen haben, keine finanzielle Beteiligung an den Allongen. Durch das Anhängen von beispielsweise einhundert Allongen an einen einzelnen Basis-Spot erhalten die Sprecher des Basis-Spots nicht etwa einhundert Honorare! Sie erhalten lediglich den einen einzelnen Spot bezahlt, den sie auch gesprochen haben. Da ein Werbespot mit vielen Allongen regelmäßig in der ganzen Bundesrepublik eingesetzt wird, oder zumindest doch in mehr als einem einzigen Bundesland, ist der Basis-Spot meist mit einem nationalen Verwertungsrecht abzugelten.

## Patronate (Sponsorings)

Bis zu vier Zeitvarianten (z.B. "...wird präsentiert von..." / "gleich geht es weiter mit..." / "jetzt geht es weiter mit..." / "...wurde präsentiert von...") werden als ein Motiv abgerechnet. Bei Patronatsansagen muss nach Häufigkeit und "Nervfaktor" unterschieden werden. Pro Sendung/Format meint: "Der Tatort..." oder "Der Spielfilm im Zweiten wird Ihnen präsentiert von..." oder auch "Die Camper werden Ihnen präsentiert von...". Generelle Freigabe für mehrere Formate sollten höher angesetzt und individuell verhandelt werden, da sie in höherer Frequenz und viel nerviger / *stimmabnutzender* geschaltet werden als übliche Spots.

## Kino

Anstatt des Ausstrahlungsgebietes gilt das Einzugsgebiet des/der Kinos. Dazu zählt die Stadt, in der sich das Kino befindet, zuzüglich des direkt umgebenden Landkreises bzw. der direkt umgebenden Landkreise.

## Internet-Spot

Es sollte dringend darauf geachtet werden, ob es sich um einen Spot auf einer bestehenden Internetpräsenz handelt oder z.B. eine eigene Seite dafür geschaffen wird! Beispiel: [www.\[hauptseite\].de](http://www.[hauptseite].de) mit direkt startendem Spot entspräche "Internet-Spot 1", in einer Unterseite angelegt (z.B. [www.\[hauptseite\].de/Keksriegel.html](http://www.[hauptseite].de/Keksriegel.html)) aber nur "Internet-Spot 2". Sowie der Spot aber an anderer Stelle auftaucht, egal von wem dort platziert, wird selbstverständlich "Internet-Spot 1" fällig.

Eine YouTube- oder Vimeo-Verlinkung sollte im Einzelfall geprüft werden: wird ein Video nur bei YouTube/Vimeo o.ä. gehostet (aus technischen Gründen z.B. in einem eigenen Kanal) kann trotzdem der Tarif "Internet-Spot 2" gebucht werden. Studios, Agenturen und Sprecher müssen auch hier individuell abwägen und verhandeln. Wichtig hierbei auch: Studios und Auftraggeber sollten noch genauer darauf achten, ob es sich bei diesen Videos evtl. um neu verpackte Werbung handelt... das muss natürlich vermieden werden. Ein Anhaltspunkt ist hier, ob ein Video erst "gesucht" oder angeklickt werden muss (z.B. auf der eigenen Seite), oder ob es sich ungefragt und nicht wegklickbar aufdrängt. Es bleibt also Interpretationsspielraum...

Unter individualisierten Spots im Internet versteht man die Möglichkeit, einen TV- oder Internetspot zusätzlich mit firmeninternen Abbindern (im Bild!) zu versehen, um ihn dann z.B. an Kunden als Link zu verschicken ("Ihr TUI-Büro in der Musterstraße 1, in Musterstadt!"). Quasi wie eine Allonge, nur ohne vorhersehbare Anzahl. Diese Möglichkeit wird mit weiteren 100% gemäß des Einzugsgebietes vergütet, zusätzlich zur Internetverwertung.

Gestreamte Inhalte (Internetradio) sind keine zusätzlichen Kanäle, sondern nur andere Empfangsgeräte! Ein Spot läuft auch dort nur zum selben Zeitpunkt wie im Radio und erreicht daher vielleicht andere, aber eben nicht mehr Menschen. Ob man Radio im Auto, im Büro am Rechner oder auf dem Klo im iPod-Stream hört, bleibt letztlich gleich: der Spot läuft einmal um 13.24 Uhr und nicht, wie bei OnlineSpots bei Abruf und immer wieder! Internet-Verwertungsrechte auf Funkspots machen also nur Sinn bei gespeicherten und abrufbaren Inhalten, wie z.B. Podcasts. (Beachten Sie hierzu Punkt 7 „Funkspot plus“)

## Änderungen

Eine Änderung liegt vor, wenn auf Grund eines Textfehlers neu aufgenommen werden muss. Änderungen sind bis max. 30 Tage nach dem ursprünglichen Aufnahmetermin buchbar. Ein zu ändernder Werbespot darf noch nicht ausgestrahlt worden sein. Wird ein bestehender Spot verändert, z.B. gekürzt (Cut-Down), umgeschnitten, mit anderen Einblendungen versehen, mit einem neuen Off aktualisiert, mit neuer Musik versehen etc., spricht man von einem neuen Spot. Auch wenn diese Änderung noch innerhalb der Laufzeit des ersten Ausstrahlungsjahres vorgenommen wird, wird wiederum ein Buyout entsprechend des jeweiligen Mediums fällig (siehe "Verwertung" unter "Layouts und Verwertungen einzeln").

### **Image-/Industriefilm**

Verwertungsrecht: zeitlich unbegrenzt für die Bereiche Internet (komplett), Messe, Präsentationen, Apps, DVD. Ausgeschlossen ist eine Nutzung im Broadcast-Bereich (also kein TV, Radio, Kino) sowie als vorgeschalteter oder eingebetteter Werbespot (Infomercial).

### **E-Learning**

Verwertungsrecht: zeitlich unbegrenzt für die Bereiche Schulungsvideos, interne Mitarbeiterschulung (Intranet), DVDs, Sprachkurse, Audioguides, redaktionelle Podcasts, After-Sales-Texte, Tutorials, etc. Alle anderen Nutzungen sind hier ausgeschlossen.

Ausschlaggebend für die Berechnung ist bei Image-/Industriefilm- und E-Learning-Texten die Zahl der Zeichen inkl. Leerzeichen. Hier wird die Formel "1 Minute = 900 Zeichen" angewendet. Wichtig dabei: lange Zahlen, z.B. 1938 (neunzehnhundertachtunddreißig) sollten zwar als Ziffern geschrieben, aber als "Wort" ausgeschrieben berücksichtigt werden. Gleiches gilt für Abkürzungen wie "z.B. (zum Beispiel)".

Die Honorare für Image-/Industriefilm bzw. E-Learning gelten nicht für lippensynchrone Aufnahmen.

### **POS**

Nur Audio (Ladenfunk):

Ladendurchsagen am "Point-Of-Sale". Diese Werbespots oder Durchsagen dürfen nur vor Ort in Kaufhäusern, Märkten etc. und nur innerhalb der Ladenzone bzw. des Betriebsgeländes direkt für die Kunden ausgestrahlt werden. Berechnung wie Funkspot.

Video-Spots:

Werbespots/-filme für Produkte, die direkt in Kaufhäusern oder Märkten via Bildschirm gezeigt werden.

### **Maximale tägliche Produktionszeit**

Je Tag beträgt die reine Produktionszeit max. 6 Stunden.

### **Ausfallhonorar**

Ein Ausfallhonorar wird fällig, wenn eine fest gebuchte Produktion werktags (montags bis freitags) weniger als 48 Stunden vor dem Aufnahmetermin abgesagt wird.

### **Handlungskosten & Künstlersozialabgabe**

Alle Gagen verstehen sich exklusive der Handlungskosten (HU) des Studios und der aktuellen Künstlersozialabgabe. Für jedwede künstlerische Leistungen ist nach §24 KSVG (KünstlerSozialVersicherungsGesetz) selbstständig vom Auftraggeber Künstlersozialabgabe an die KSK (KünstlerSozialKasse) abzuführen. Weitere Informationen dazu unter: [www.kuenstlersozialkasse.de](http://www.kuenstlersozialkasse.de).

### **Abrechnung**

Der Auftraggeber/Vertragspartner ist verpflichtet, Nutzung der Sprache außerhalb des abgegoltene Mediums oder Zeitraums anzuzeigen. Eine Zuwiderhandlung kann rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.