

Brilliant Voice[®] - Sprecher-Preise 2017

gültig ab 1.2.2017
Version 1.0 vom 21.11.2016

Vielfalt macht die Menschheit reicher. Deswegen bemühen wir uns, allen Menschen gleichermaßen Wertschätzung zuteil werden zu lassen. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird dennoch auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher bzw. geschlechtsneutraler Sprachformen verzichtet. Gleichwohl sind jeweils Menschen unabhängig von Geschlechtergrenzen angesprochen.

Diese Preisliste spiegelt die gängigen Gagen wieder, die viele unserer Sprecher und Dienstleister aufrufen. Sie ist das Ergebnis jahrelanger Arbeit und Erfahrung und wird kontinuierlich weiterentwickelt. An vielen Punkten orientieren sich die Preise an den Vorschlägen des Verbandes Deutscher Sprecher e.V. (VDS) und der Gagenliste deutscher Sprecher (GDS), an anderen Punkten an den Bedürfnissen international agierender Sprecher sowie den Marktgegebenheiten.

Preise hängen von vielen Faktoren ab und können im Einzelfall abweichen. Lassen Sie sich auf jeden Fall von uns ein individuelles Angebot erstellen!

Die in dieser Liste genannten Preise gelten für Tonstudios, Werbeagenturen und andere Wiederverkäufer, wenn die Rechnungslegung direkt vom Sprecher bzw. Dienstleister an den Auftraggeber erfolgen kann. Bei Endkunden verstehen sich die Preise zzgl. HU (Handlungsunkosten).

Der Preis-Index hat nichts mit der Qualität des Sprechers zu tun, sondern vielmehr mit Bekanntheitsgrad bzw. Marktpositionierung. Welchen Preis-Index unsere Sprecher haben, sehen Sie in den jeweiligen Profilen auf <https://brilliantvoice.com>. Einige unserer Sprecher berechnen auch individuelle Preise.

Gerne beraten wir Sie persönlich. Paketpreise für regelmäßige Buchungen, größere Aufnahmen sowie Kampagnen sind auf Anfrage möglich. Konkrete Preise können wir nach Vorlage des einzusprechenden Textes, Festlegung des Sprechers und Nennung des (Werbe-)Kunden sowie zeitlicher, medialer und räumlicher Verwertung nennen.

Zuzüglich zu der Sprechergage rufen wir in der Regel Studiokosten auf. Einige deutsche Sprecher bieten die Aufnahme (Upload der unbearbeiteten Datei) bzw. Übertragung (ISDN/IP) von Werbespots ohne Studiokosten an.

Mit dem Ende der Aufnahme gilt diese als abgenommen. Hinweise zur Aussprache und Anmutung müssen vor Beginn der Aufnahme vorliegen. Wir empfehlen Ihnen Live-Regie (auch per Telefon oder Skype). Nachträgliche Änderungen sind kostenpflichtig.

Ausschlaggebend für unsere Preise ist vor allem die Nutzung.

Aktive Nutzung (Werbung) heißt, in der Regel wird Geld ausgegeben, damit der Spot, Imagefilm o.ä. sein Publikum (unaufgefordert) erreicht. Das passiert als Schaltung, AutoPlay, PreRoll, Push, gesponserter Beitrag etc. Auch Spots oder Filme auf Kampagnenseiten im Internet, auf die an anderer Stelle hingewiesen wird, werden als aktive Nutzung (Werbung) abgerechnet.

Bei der passiven Nutzung ist der Spot oder Imagefilm einfach im Internet zu finden (auf der Webseite des Kunden, bei YouTube oder facebook), darf aber z.B. nicht unaufgefordert starten.

Die Preise gelten für jeweils eine Schnittversion. Wird ein zweites Werk daraus geschnitten, ist ein weiteres Honorar zu bezahlen.

Preise finden Sie auf den Seiten 2 bis 4
Weitere Erklärungen & Definitionen ab Seite 5
Das Kleingedruckte auf Seite 10



MINDESTPREIS je Buchung

Preis-Index	A	B	C	D	E	Anmerkungen/Erklärungen
Deutsche Sprecher (im eigenen Studio, wenn vorhanden)	55 €	60 €	75 €	100 €	200 €	Dieser Betrag ist die Mindestgage, die pro Sprecher und Aufnahmetermin berechnet wird. Mindestpreise für die Aufnahme in Studios außerhalb der eigenen Stadt sowie Fahrtkosten nach Vereinbarung.
Externes Studio/Alle Sprecher	100 €	150 €	200 €	250 €	300 €	

PASSIVE NUTZUNG, Nutzung zeitlich unbegrenzt

Keine Nutzung als Werbung (in TV, Funk, Kino, Stadion, POS etc. oder als PreRoll/AutoPlay/Push/vorgeschaltete oder eingebettete Werbung im Internet). **1 Minute = 900 Zeichen inkl. Leerzeichen (entspricht etwa 120 – 140 Wörtern).**

Voll auszusprechende Abkürzungen (zzgl. oder z.B.) oder Zahlen (1884) sind vor Zeichenzählung durch die ausgeschriebenen Wörter zu ersetzen.

Preis-Index	A	B	C	D	E	Anmerkungen/Erklärungen
IMAGE KOMPLETT MARKE						Imagefilm, Erklärfilm, Messevideo, Unternehmensfilm, Produktfilm, Podcast, App etc. Preis gilt je Film. Nutzung im kompletten Internet (Homepage & Fremdseiten, Videoportale, Soziale Medien etc.), für Präsentationen, DVDs, Tagungsintros, auf Messen, Veranstaltungen & in Apps etc.
bis 2 Minuten Textlänge	300 €	350 €	450 €	600 €	900 €	
bis 5 Minuten Textlänge	400 €	500 €	600 €	800 €	1.200 €	
jede weiteren 5 Minuten	100 €	100 €	150 €	200 €	300 €	
IMAGE KOMPLETT MITTELSTAND						Lippensynchrone Aufnahmen: + 50-100%
bis 2 Minuten Textlänge	250 €	300 €	350 €	450 €	600 €	
bis 5 Minuten Textlänge	325 €	400 €	500 €	600 €	800 €	
jede weiteren 5 Minuten	75 €	100 €	100 €	150 €	200 €	

E-LEARNING/SCHULUNGSFILM/AUDIOGUIDE/PODCAST/INTERN (ohne Bild oder Timing)						Nutzung E-Learning/Schulungsfilm: intern, Intranet, geschlossener Benutzerkreis, Mitarbeiterschulung Nutzung Audioguide: Museen, Hörstationen & Sehenswürdigkeiten Nutzung Podcast: Zum Download/Streaming im Internet. Gilt für wiederkehrende, redaktionelle Inhalte.
bis 2 Minuten Textlänge	200 €	250 €	300 €	300 €	400 €	
bis 5 Minuten Textlänge	250 €	300 €	300 €	400 €	550 €	
jede weiteren 5 Minuten	60 €	60 €	60 €	100 €	150 €	
E-LEARNING-PAKETPREIS aus Sprechergage und Studio inkl. Aufnahme, Grobschnitt in Einzeldateien, Upload						Im Durchschnitt max. 5 Dateien pro Minute. Gilt in ausgewählten Partnerstudios nach Vorlage des Textes. Der Preis setzt sich aus 50% Sprechergage und 50% Studioleistungen zusammen und gilt ab der ersten Minute.
ab 30 Minuten eLearning: je Minute Audio (geschnitten in Einzeldateien)	25 €	25 €	wird nicht angeboten	wird nicht angeboten	wird nicht angeboten	

TELEFON MARKE						Gagen gelten je Endkunde. Für Telefonansagen (Warteschleife/AB/Mailbox) gilt eine maximale Modul-Länge von 450 Zeichen inkl. Leerzeichen (etwa 30 Sekunden). Hat ein Modul z.B. 1.000 Zeichen, werden dafür 3 Module berechnet. Werden in einem Modul mehrere Inhalte vermittelt, gilt jede Info als neues Modul. Große Mengen sowie Sprachdialog- bzw. IVR-/Interactive Voice Response-Systeme auf Anfrage.
1 Modul	150 €	200 €	200 €	300 €	400 €	
3 Module	200 €	250 €	250 €	400 €	550 €	
jedes weitere Modul	40 €	50 €	50 €	80 €	150 €	
TELEFON MITTELSTAND						
1 Modul	80 €	80 €	100 €	200 €	250 €	
3 Module	150 €	150 €	150 €	250 €	300 €	
jedes weitere Modul	40 €	50 €	50 €	60 €	80 €	

GAMES/HÖRSPIELE (kleine Rollen; größere Rollen auf Anfrage)						Abgerechnet wird nach Aufnahmezeit. Die erste Stunde wird voll abgerechnet, danach jede angefangene halbe Stunde.
1. Aufnahmestunde	150 €	150 €	200 €	250 €	300 €	
jede weiteren 30 Minuten	50 €	75 €	75 €	100 €	150 €	

Mittelstand: Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten sowie weniger als 50 Mio. Euro Umsatzerlös pro Jahr sowie NPOs (Non-Profit-Organisationen).

LAYOUT (keine Nutzung, keine Veröffentlichung)

Preis-Index	A	B	C	D	E	Anmerkungen/Erklärungen
Layout je Motiv/Moodfilm/TV Animatic/TV Narrative	225 €	250 €	250 €	300 €	400 €	jeweils bis 3 Minuten Text
Session Fee – 1. Stunde	600 €	600 €	600 €	700 €	800 €	
jede weiteren 30 Minuten	300 €	300 €	300 €	350 €	400 €	

AKTIVE NUTZUNG (WERBUNG), Nutzung: 1 Jahr

Preis-Index	A	B	C	D	E	Anmerkungen/Erklärungen
INTERNET inkl. Schaltungen (Einwohner im gebuchten Gebiet mit Geo-Targeting)						<i>Alternativ: Abrechnung nach konkreter Schaltung (Ad Impressions/Views/Aufrufe):</i>
DACH (DE+AT+CH)	1.000 €	1.100 €	1.600 €	1.750 €	2.000 €	
national (bis 100 Mio.)	550 €	600 €	600 €	650 €	800 €	
regio (bis 20 Mio.)	450 €	500 €	500 €	550 €	600 €	
city plus (bis 10 Mio.)	300 €	350 €	400 €	450 €	500 €	
city (bis 5 Mio.)	200 €	250 €	300 €	300 €	500 €	
city light (bis 2,5 Mio.)	150 €	175 €	200 €	250 €	400 €	
lokal (bis 1 Mio.)	100 €	120 €	150 €	200 €	300 €	
TV oder KINO oder OUT OF HOME oder STADION etc.						TV: Einwohner im Sendegebiet; technische Reichweite Kino: max. Jahresbesucherzahlen der gebuchten Kinosäle Spartensender national: z.B. nur n-tv oder N24
DACH (DE+AT+CH)	1.000 €	1.100 €	1.600 €	1.750 €	2.000 €	
national (bis 100 Mio.)	550 €	600 €	600 €	650 €	800 €	
<i>Spartensender national</i>	375 €	375 €	600 €	650 €	800 €	
regio (bis 20 Mio.)	450 €	500 €	500 €	550 €	600 €	
city plus (bis 10 Mio.)	250 €	300 €	300 €	400 €	500 €	
city (bis 5 Mio.)	150 €	150 €	200 €	300 €	500 €	
city light (bis 2,5 Mio.)	100 €	120 €	150 €	250 €	400 €	
lokal (bis 1 Mio.)	55 €	60 €	100 €	200 €	300 €	
FUNK (Einwohner im Sendegebiet; technische Reichweite)						<i>Alternativ: Abrechnung nach Tagesreichweite (Hörer gestern, Mo-Fr, Gesamt). Den Brilliant Voice®-Funk Tarif Finder gibt es auf https://brilliantvoice.com unter Preise.</i>
DACH (DE+AT+CH)	700 €	800 €	1150 €	1300 €	1600 €	
national (bis 100 Mio.)	400 €	450 €	450 €	500 €	600 €	
regio (bis 20 Mio.)	250 €	300 €	350 €	400 €	500 €	
city plus (bis 10 Mio.)	150 €	175 €	225€	300 €	350 €	
city (bis 5 Mio.)	100 €	120 €	150 €	150 €	350 €	
city light (bis 2,5 Mio.)	80 €	90 €	100 €	120 €	200 €	
lokal (bis 1 Mio.)	55 €	60 €	75 €	100 €	200 €	
Lokale Händlerallongen (Anschnitt an 1 Motiv)						
1. Allonge	55 €	60 €	75 €	100 €	200 €	
ab 2. Allonge, je	40 €	40 €	40 €	80 €	80 €	
POS mit Bild bis 5 Minuten	250 €	300 €	400 €	500 €	600 €	je Land (bis 100 Mio. Einwohner)
EINFACHE PAKETE (bezogen auf den Preis des erstgenannten Mediums im jeweiligen Tarif)						Nutzung: 1 Jahr
FUNK-INTERNET-SPOT	145 %	145 %	145 %	a.A.	a.A.	Nutzung in FUNK und Internet (ohne Bild).
TV-INTERNET-SPOT <i>passiv</i>	150 % (DACH bis city plus)			a.A.	a.A.	Nutzung im TV bzw. Kino sowie passiv (ohne Schaltungen) im Internet.
KINO-INTERNET-SPOT <i>passiv</i>	250 % (city bis lokal)			a.A.	a.A.	
PLUS-PAKETE (bezogen auf den Preis des erstgenannten Mediums; sonst Internet)						Nutzung: 1 Jahr
1 Spot inkl. bis zu 3 Cut-Downs + etwaige Bildänderungen (außer Funk).						
FUNK-SPOT <i>plus</i>	250 %	250 %	250 %	a.A.	a.A.	Nutzung ausschließlich im Funk.
TV-SPOT <i>plus</i>	265 %	265 %	265 %	a.A.	a.A.	Nutzung ausschließlich im TV.
INTERNET-SPOT <i>plus</i>	265 %	265 %	265 %	a.A.	a.A.	Nutzung ausschließlich im Internet.
TV-INTERNET-SPOT <i>plus</i>	350 %	350 %	350 %	a.A.	a.A.	TV + Internet + Messen + POS.
ALL MEDIA-SPOT <i>plus</i>	500 %	500 %	500 %	a.A.	a.A.	Nutzung in allen bekannten Medien.
GENERELLES (Buyouts etc.)			Räumliche Buyouts (bezogen auf den nationalen Preis)			
Cut-Down/Folgejahr/weiteres Medium	100 %	räumlich unbegrenzte Nutzung	Englisch			2.500 %
zeitlich unbegrenzte Nutzung	300 %		Arabisch/Chinesisch/Französisch/Portugiesisch/Russisch/Spanisch			800 %
Patronat/Sponsoring (mit bis zu 4 Teilen)	wie Spot		Deutsch & alle weiteren Sprachen			400 %
Spot & Reminder	150 %	räumlich begrenzte Nutzung in	Europa			500 %
Spot & Tag-On	150 %		EU, USA oder China			300 %
Reminder/Abbinder/Tag-On einzeln	wie Spot		Russland oder Japan			200 %

PREISEMPFEHLUNGEN

Die folgenden Preise sind Erfahrungswerte und Empfehlungen von Brilliant Voice®. Die tatsächlichen Preise unserer Sprecher können hier abweichen. Wir machen Ihnen gerne ein konkretes Angebot.

TV-KOMMENTAR/BEITRÄGE		
Off		Abgerechnet wird hier nach Länge der Sendung. Es gilt die Zahl der Netto-Sendeminuten, also der reinen Sendung ohne Werbeunterbrechungen. Gilt für redaktionelle/nicht werbliche Inhalte.
je Netto-Sendeminute	8-15 €	
O-Töne/Voiceover/Einzelbeiträge		Nutzung weltweit in allen Medien. Keine Nutzung als Werbung (in TV, Funk, Kino, Stadion, POS oder als PreRoll/AutoPlay/vorgeschaltete oder eingebettete Werbung im Internet).
je Netto-Sendeminute	50-70% der Off-Gage	
SYNCHRON		
Grundgage je Aufnahme	ab 60 €	
Takegage	ab 3 €	1 Take: ø Länge: 6 Sek. bei ø Wortzahl: 12
HÖRBUCH		
je Audiostunde	300 € - 700 €	Je nach Sprecher und Thema entspricht eine Audiostunde ca. 54.000 Zeichen inkl. Leerzeichen. Preis je Audiostunde; grundsätzlich zzgl. 2% Beteiligung vom Händlerabgabepreis (HAP). Honorare für Regie, Studio und Produktion werden zusätzlich berechnet.

WEITERE PREISE

STUDIOLEISTUNGEN		Anmerkungen/Erklärungen
je angefangene Stunde	140 € - 210 €	Für Aufnahmen fällt grundsätzlich Studiomiete an. Einige deutsche Sprecher bieten die Aufnahme (Upload der unbearbeiteten Datei) bzw. Übertragung (ISDN/IP) von Werbespots ohne Studiokosten an. Höhere Raten für Zusatzleistungen sind möglich. Unsere Partnerstudios rechnen ab der 2. Stunde in der Regel halbstündlich ab.
ÜBERSETZUNG		Gute Übersetzungen führen zu guten Audio-Produkten – daher empfehlen wir die Übersetzung durch unsere Profis für gesprochene Texte.
je Normzeile á 55 Anschläge	1,50 € - 3,50 €	
Mindestpreis je Auftrag	100 €	
TEXTBEARBEITUNG		Diese Gage wird berechnet, sollte der angelieferte Text einer Bearbeitung bedürfen, die über eine Bearbeitungszeit von 15 Minuten hinausgeht. In der Regel werden wir Sie vorab informieren. Eine Bearbeitung kann notwendig sein, wenn nur eine Roh-Übersetzung vorliegt, der Text nicht für das Einsprechen geeignet oder fehlerhaft ist oder zeitlich nicht auf das Bild passt.
je angefangene Stunde	80 €	
ÄNDERUNGEN		Änderungen sind bis max. 30 Tage nach dem ursprünglichen Aufnahmetermin buchbar. <u>Fließtexte:</u> Werden ursprünglich 10 Minuten gebucht, müssen aber nur 5 Minuten geändert werden (erneut einzusprechender Text), wird die Hälfte des 5-Minuten- Preises berechnet. <u>Spots:</u> Eine Änderung liegt vor, wenn ein (geringfügiger) Fehler geändert werden muss. Der Spot darf noch nicht oder nur sehr kurz gelaufen sein. Berechnet wird immer mindestens der Mindestpreis des Sprechers je Buchung.
	50%	
AUSFALLHONORAR		Ein Ausfallhonorar wird fällig, wenn ein fest gebuchter Aufnahmetermin werktags (Montag bis Freitag) weniger als 48 Stunden vor der Aufnahme abgesagt wird. Die Prozentangaben beziehen sich auf den vereinbarten Preis. Ist noch kein konkreter Preis ausgemacht, ist mindestens ein Layout abzurechnen. Ein Ausfallhonorar wird auch für das Studio berechnet.
bis 48 h vor der Aufnahme	kostenfrei	
bis 24 h vor der Aufnahme	30%	
ab 24 h vor der Aufnahme	100%	

Definitionen & Konditionen:

WERBUNG

Alle Preise (außer z.B. Reminder, Tag-Ons, Abbinder und FUNK Allongen) beziehen sich auf jeweils ein Spot-Motiv mit maximal 60 Sekunden Länge im entsprechenden Medium. Preise für längere Spots auf Anfrage.

Wird ein Spot oder ein Teil davon (Cut-Down) für ein neues Motiv oder ein neues Medium oder ein weiteres Jahr verwendet, ist der jeweilige Preis dafür zu zahlen (siehe auch Verwertungsrechte / Wiederverwertungsrechte).

Der Tarif hängt in der Regel von der technischen Gesamt-Reichweite ab. Meist sind das die Einwohner in dem Gebiet (räumliche Verwertung), in dem der Spot geschaltet wird.

Länder/Nationalstaaten werden je nach Größe mit dem Tarif national (bis max. 100 Millionen Einwohner) oder regio (bis 20 Millionen Einwohner) abgerechnet. Jedes Land bzw. jeder Nationalstaat zählt einzeln. Die Tarife lokal bis city plus gelten für Teile eines Landes/Nationalstaats.

DACH umfasst Deutschland, Österreich und die Schweiz.

Länder mit mehr als 100 Millionen Einwohnern auf Anfrage. Einige Fälle sind auch unter „Räumliche Buyouts“ zu finden.

Die **Reichweite** kann in den verschiedenen Medien unterschiedlich bestimmt werden:

Internet:

- Per **Geo-Targeting** kann ein Spot im Internet nur für Nutzer in einem bestimmten Gebiet geschaltet werden (analog zu TV oder Funk).
- Alternativ kann die Abrechnung auch nach konkreter Schaltung (Ad Impressions/Views/Aufrufe) erfolgen. Wird ein Spot dem Nutzer eines Dienstes einmal vorgespielt oder auch nur angespielt (wenn man den Spot z.B. bei YouTube wegklicken kann), spricht man von einer **Auslieferung**.

TV: Die Einwohnerzahl im Sendegebiet aller mit dem Spot beschickten Sender (**technische Reichweite**).

Kino: Die maximalen Jahresbesucherzahlen der gebuchten Kinosäle (IVW).

Funk:

- Die Einwohnerzahl im Sendegebiet aller mit dem Spot beschickten Sender (**technische Reichweite**).
- Alternativ kann nach **Tagesreichweite** (Hörer gestern, Mo-Fr, Gesamt) abgerechnet werden. Den **Brilliant Voice**[®]-**Funk Tarif Finder** gibt es auf <https://brilliantvoice.com> unter Preise. Dort haben wir für Sie die Tarife einer großen Zahl an Sendern und Kombis zusammengestellt. Bei der Einstufung haben wir auch vergangene Werte und die Entwicklung berücksichtigt. Dadurch sollen plötzliche und unerwartete Tarifwechsel vermieden werden.

Sonderpreise sind möglich, wenn ein Spot nachvollziehbar nur für einen Bruchteil des Sendegebietes gedacht ist bzw. Sinn ergibt, das gebuchte Sendegebiet aber nicht verkleinert werden kann (z.B. weil der Sender sein Programm oder seine Werbeblöcke nicht nach Frequenzen splitten darf).

Beispiele:

- Der Spot für einen Bäcker in Frankfurt wird – hessenweit gesendet - kaum einen Kunden aus Kassel zu diesem Bäcker bringen. Daher sind hier Sonderabsprachen möglich.
- Ein Spot für eine Veranstaltung in Frankfurt kann aber sehr wohl zu Besuchern aus Kassel führen.

Gestreamte Inhalte (Internetradio) bedeuten kein zusätzliches Medium, sondern nur ein anderes Empfangsgerät. Für einen Spot auf einem Radio-Sender, der sein Programm zusätzlich im Internet streamt, wird also nur einmal der Spot-Preis für Funk berechnet.

WERBUNG – Weitere Stichworte von A-Z

Abbinder (Claim) ist das Ende eines Werbespots; hier wird wie ein Slogan oder Merkspruch noch einmal das Produkt oder die Marke prägnant zusammengefasst (z.B. „Nichts ist unmöglich – Toyota“ oder „Nicht immer, aber immer öfter“). Ein Abbinder ist also ein Teil des Spots. Wird der Abbinder ausgetauscht oder in einem weiteren Spot verwendet, ist ein weiteres Verwertungshonorar zu zahlen.

Allongen (FUNK-Allongen/Lokale Händlerallonge)

Händlernennung (also die Bezugsquelle), die an einen meist fertigen Spot angehängt (angeschnitten) wird. Wird eine Allonge an mehrere Spots angeschnitten, ist für jeden Anschnitt ein neues Allongen-Honorar zu zahlen. Wird das Motiv des Hauptspots nicht mitgeteilt, wird ein normaler Spot berechnet. Der Sprecher des Basis-Spots erhält einen normalen Spot-Preis (in der Regel national), aber keinen Aufschlag dafür, dass es Allongen gibt. Ist der Allongen-Sprecher auch der Sprecher des Basisspots, ist eine Allonge im Preis des Basis-Spots enthalten.

Buyouts siehe Verwertungsrechte.

Cut-Down

Wird ein Teil aus einem bestehenden Spot für ein neues Motiv verwendet, ist dafür ein entsprechendes Honorar zu bezahlen.

Internet

Soll ein Spot im Internet geschaltet werden (Nutzung als PreRoll/AutoPlay/Push/vorgeschaltete oder eingebettete Werbung im Internet), ist dafür der entsprechende Preis zu entrichten. Die Verwertungsrechte gelten in der Regel für ein Jahr.

Für die passive Nutzung von Spots im Internet (ohne Schaltungen; zeitlich unbegrenzt, keine großen Kampagnenseiten) siehe Image komplett.

Layout

Mit der Bezahlung eines Layouts darf der Auftraggeber die Sprachaufnahmen für Präsentationen und Markttests verwenden, nicht aber ausstrahlen. Für den Fall der Nutzung ist die Differenz zwischen Layouthonorar und Spotpreis zu bezahlen. Ist der Preis des Spots samt Nutzung niedriger als das Layout, erfolgt keine Rückzahlung. Ein Layouthonorar kann nur einmalig angerechnet werden (außer bei den Plus-Paketen).

Für jede Textvariante wird eine weitere Layoutgage fällig. Werden Wörter lediglich umgestellt, wird aus Gründen des Timings ein Wort weggelassen oder wird ein Wort ersetzt, ohne dass der Sinn sich ändert, werden diese kostenfrei ausgesprochen.

Beispiele für kostenpflichtige Textvarianten:

"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"

Beispiele für kostenfreie Varianten:

"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"

Layout in kleinräumigen Tarifen

Ein Layout wird im Tarif city plus mit 50% des Spotpreises angesetzt und bei der Berechnung der Verwertung einmalig berücksichtigt.

Ein Layout wird in den Tarifen city & city light mit 70% des Spotpreises angesetzt und bei der Berechnung der Verwertung einmalig berücksichtigt.

Ein Layout im Tarif lokal wird mit 100% angesetzt – ob also eine Verwertung im 1. Jahr geschieht oder nicht, ist für den Preis unerheblich.

Ladenfunk

Audio-Ladendurchsagen direkt in Kaufhäusern oder Märkten. Preis nach Vereinbarung.

Mobilfunkwerbung siehe Internet-Werbung.

Out of Home wird wie ein TV-Spot berechnet. Dabei geht es um Außenwerbung, also Werbung im öffentlichen Raum. Meist handelt es sich um Plakatwerbung, aber auch hier gibt es Formen mit Ton (und Bild), z.B. an Bahnhöfen oder Flughäfen. Zu Out of Home zählen außerdem Taxiwerbung und Verkehrsmittelwerbung. Werbung in Stadien (wie TV) oder am POS (Point of Sale) werden dagegen einzeln berechnet. In der Regel gelten hierfür nur die Tarife DACH, national und regio.

POS (Point of Sale)

Werbespots oder Werbefilme, die direkt im Laden, Baumarkt, Kaufhaus etc. via Bildschirm gezeigt werden.

PAKETE

Der Faktor bezieht sich auf den jeweiligen Preis des erstgenannten Mediums im gewünschten Tarif. Beim ALL MEDIA-SPOT plus bezieht sich der Faktor auf den INTERNET-Tarif. Eine Nutzung in verschiedenen Tarifen ist nicht vorgesehen. Bei der passiven Nutzung von Internet-Spots ist keine räumliche Begrenzung vorgesehen.

→ Einfache Pakete

Die einfachen Pakete ermöglichen die Nutzung eines Spot-Motivs in verschiedenen Medien. Pakete müssen im Vorfeld gebucht werden.

FUNK-INTERNET-SPOT

Streamt ein Radiosender sein Programm live und unverändert im Internet, ist dies im normalen Funk-Spot-Preis enthalten, da das Internet dann nur als ein anderes Empfangsgerät gewertet wird.

Soll ein Spot zu anderen Zeiten oder in anderer Form 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 dies als neue, eigenständige Verwertung abgerechnet. Im Paket FUNK-INTERNET-SPOT enthalten sind neben der Nutzung im Livestreaming auch Schaltungen als PreRoll und bei Musikdiensten sowie Podcasts. NICHT enthalten sind diverse Schnittfassungen.

Nutzungen der Funkspots mit Bild bzw. unter (bewegten) Bannern oder Bildern werden als Internet-Spots einzeln abgerechnet.

TV-INTERNET-SPOT

Darin enthalten ist die Nutzung eines Spot-Motivs in TV und passiv (also ohne Schaltungen) im Internet (keine Nutzung als PreRoll/AutoPlay/Push/vorgeschaltete oder eingebettete Werbung im Internet). Es kann Sinn machen, zum TV-Spot (Nutzung: 1 Jahr) für die passive Nutzung im Internet Image komplett (Nutzung: zeitlich unbegrenzt) hinzubuchen!

KINO-INTERNET-SPOT

Darin enthalten ist die Nutzung eines Spot-Motivs in Kino und passiv (also ohne Schaltungen) im Internet (keine Nutzung als PreRoll/AutoPlay/Push/vorgeschaltete oder eingebettete Werbung im Internet). Es kann Sinn machen, zum Kino-Spot (Nutzung: 1 Jahr) für die passive Nutzung im Internet Image komplett (Nutzung: zeitlich unbegrenzt) hinzubuchen!

→ Plus-Pakete

Alternativ zur einzelnen Abrechnung von Verwertungen, Cut-Downs und Schnittvarianten gibt es die Möglichkeit von im Vorfeld buchbaren Verwertungspaketen.

Diese beinhalten jeweils

1 Spot/Hauptmotiv

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

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

Laufzeit bis zu 1 Jahr ab Schaltung der ersten Variante für ein Land.

Voraussetzung bei allen Plus-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 Session Fee entstanden sind, wird pro Plus-Paket-Buchung jeweils ein klassisches Layout verrechnet.

Bei allen Plus-Paket-Varianten ist auch die losgelöste Einzelnutzung einer Variante (z.B. nur der 20-Sekünder) im Folgejahr möglich. Dann wird – wie gehabt – eine klassische Verwertung berechnet.

Räumliche Buyouts

Die Faktoren beziehen sich jeweils auf den nationalen Preis.

Bei räumlich unbegrenzter Nutzung wird maximal der Faktor der jeweiligen Sprache berechnet; für einen deutschen Spot also maximal 400%.

Bei weltweit eingesetzten Markenclaims („Volkswagen – Das Auto“) bzw. englischsprachigen Spots gilt der Preis für Englisch.

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 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!"

Session Fee

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

Im Vorfeld buchbar steht 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 für eine Kampagne für ein Produkt gearbeitet werden. Auch dazugehörige Texte zur internen Nutzung (z.B. Casefilme, MakingOfs, Vorstandspräsentationen etc.) können in diesem Rahmen mit aufgenommen werden. Nach Überschreiten der 60 Minuten wird im Halbstundentakt weitergezählt. Der Preis ist unabhängig von der Anzahl der gesprochenen Varianten. Die Verwertung einzelner Spots aus einer Session Fee ist wie folgt geregelt:

Für die Veröffentlichung des 1. Spots wird ein klassisches Layout angerechnet (also abgezogen).

Ab dem 2. veröffentlichten Spot fällt die volle Verwertung pro Spot/Medium an.

Werden aus einer Session Fee mehrere Spots als PLUS-PAKETE gebucht, wird pro Verwertungspaket ein klassisches Layout verrechnet (also abgezogen). Jahresgagen oder Neu-Verwertung für neue Motive, andere Produkte, neues Medium o.ä. werden gemäß Preisliste in Rechnung gestellt.

Tag-On ist ein kurzes „Anhängsel“, das direkt mit dem Hauptspot gesendet wird und auf eine Sonderaktion hinweist, welche über einen eingeschränkten Zeitraum läuft (z.B. „Jetzt 20% mehr Inhalt – aber nur für kurze Zeit“). Wird das Tag-On zusammen mit dem Hauptspot gebucht, wird es wie ein Reminder (mit 50%) berechnet. Wird das Tag-On einzeln gebucht, wird ein neues Motiv berechnet.

Sponsorings (Patronate) mit bis zu vier Teilen (z.B. „... wird präsentiert von .../gleich geht es weiter mit .../... jetzt geht es weiter mit .../... wurde präsentiert von ...“) werden wie ein Spot abgerechnet.

Störer sind Änderungen am Bild und werden wie ein Cut-Down behandelt.

Verwertungsrechte/Buyouts

Das Verwertungsrecht gilt in der Regel für ein Jahr ab Erstausrahlung. Wird der Zeitpunkt der Erstausrahlung nicht genannt, gilt das Verwertungsrecht für ein Jahr ab dem Aufnahmedatum. Wird ein Teil aus einem Spot für ein neues Motiv verwendet, ist ein weiteres Verwertungshonorar fällig. Das Verwertungshonorar ist gleichbedeutend mit dem Preis eines Spots.

Wiederverwertungsrechte

Wird aus einem bereits ausgestrahlten Spot (egal welches Medium) innerhalb der Laufzeit des 1. Ausstrahlungsjahres ein neuer Spot erstellt, ohne dass der Sprecher noch Mal ins Studio muss, wird 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 oder einem sog. Tag-On 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.

Zeitvarianten

Bis zu drei Zeitvarianten (z.B. am Samstag, morgen, heute) sind im Preis eines Werbespots inbegriffen, wenn der Spot maximal 14 Tage läuft. Bei längerer Laufzeit werden bis zu drei Zeitvarianten mit einem Aufschlag von 50% berechnet. Der Preis beinhaltet an max. 2 Stellen in dem Spot diese Varianten. Es darf sich außer der Zeitvariante nichts ändern und die Varianten müssen direkt hintereinander gesprochen werden können.

SONSTIGES

Kalkulationshinweis

Kommen mehrere Faktoren zum Einsatz (z.B. räumlich sowie zeitlich unbegrenzte Nutzung), werden die Prozente/Preise immer multipliziert!

Broadcast

ist alles, was „gesendet“ bzw. „geschaltet“ wird, wofür also in der Regel Geld für den Einsatz gezahlt wird, z.B. Werbung in TV, Funk, Kino, Stadion, POS, Out of Home, aber auch im Internet.

Werbung im Internet: Wird ein Clip oder Film im Internet geschaltet, ist es Werbung.

Schaltung im Internet kann bedeuten:

- PreRoll/vorgeschaltete Werbung: Man möchte einen Inhalt im Internet sehen, vorher wird jedoch der Spot geschaltet. Manchmal kann man den Spot auch nach wenigen Sekunden überspringen.
- AutoPlay: Ein Inhalt/Spot läuft ohne Klick sofort los.
- Eingebettete Werbung auf Fremdseiten: Egal, ob der Spot sofort losläuft oder nicht, handelt es sich hier um geschaltete Werbung.
- Push: Man kann z.B. bei facebook einen gesponserten Beitrag buchen. Das wird auch als Push bezeichnet.

Lieferformat Fließtext

Schneiden Kunden die Aufnahme nicht selbst mit (z.B. bei ISDN- oder IP-Übertragung oder Aufnahmen beim Kunden) versenden unsere Studios die Dateien allgemein als Grobschnitt im WAV-Format (wav, 48 kHz, 16 Bit, mono). Weitere Formate wie aiff, mp3 oder andere sind natürlich auch möglich.

Soundbearbeitung kann von uns, insofern gewünscht, ebenfalls realisiert werden.

Definition des Schnitts:

Grobschnitt: Es werden Versprecher herausgeschnitten. Eine Nachbearbeitung auf Kunden-Seite ist unter Umständen noch nötig. Das Gesprochene wird am Stück geliefert.

- Eine Sprachspur: Standardform der Lieferung. Der zu sprechende Text unterliegt keiner Reglementierung bezüglich der Länge der einzelnen Textpassagen.
- Passend auf Bild: Die gelieferte Sprachaufnahme kann direkt auf die Videospur gelegt werden. Dazu wird vom Kunden eine Referenz-Videospur benötigt.
- Sonderform Lipsync: Für lippensynchrone Aufnahmen ist die Anlieferung eines Textes wichtig, der passend für eine lippensynchrone Aufnahme getextet wurde. Eine lippensynchrone Aufnahme dauert meist länger als eine gewöhnliche Aufnahme.
- Schnitt in Einzeldateien: Der gesprochene Text wird von unseren Studios in mehreren kleinen Dateien angeliefert. Der Text sollte in Spaltenform (Dateiname/TimeCode/Text/Anmerkungen bzw. Aussprachen) übermittelt werden.

Feinschnitt: Hier können neben Versprechern auch (Zwischen-)Atmer oder natürliche Nebengeräusche (Spratzler oder Klicken in der Stimme) aus der Aufnahme geschnitten werden. Teilweise wird dies gewünscht, wenn Zeit eingespart werden muss, oder wenn Atmer bzw. Sprechgeräusche als störend empfunden werden. **Einzelheiten des Feinschnitts**

sollten individuell vereinbart werden.

Das Gesprochene wird am Stück geliefert.

Auch beim Feinschnitt sind folgende Schnittunterformen möglich:

- Schnitt in Einzeldateien
- Passend auf Bild
- Eine Sprachspur

Das Kleingedruckte

Alle Preise freibleibend. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Ist nichts anderes vereinbart, gelten automatisch die jeweils aktuellen Preise & Bedingungen dieser Preisliste. Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Weitere Leistungen auf Anfrage. Alle Preise werden auf volle 5 Euro aufgerundet. Alle Preise in Euro zzgl. der jeweils gültigen, gesetzlichen Mehrwertsteuer des Dienstleisters.

Die Verwertungsrechte werden erst nach vollständiger Zahlung übertragen.

Bei einer begrenzten Nutzungsdauer (in der Regel ein Jahr) beginnt das Verwertungsrecht mit dem Tag der Aufnahme, es sei denn, Brilliant Voice[®] wird spätestens zehn Tage nach der ersten Ausstrahlung/Nutzung über selbige informiert. Die Verpflichtung zur Anzeige einer darüber hinausgehenden Nutzung bleibt davon unberührt.

Der Auftraggeber ist verpflichtet, Nutzung der Sprache außerhalb des abgegoltenen Mediums oder Zeitraums sowie in weiteren Schnittvarianten anzuzeigen. Eine Zuwiderhandlung kann rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Der Auftraggeber ist zudem verpflichtet, seinen Auftraggebern mitzuteilen, welche Rechte dieser erwirbt und dass eine darüber hinaus gehende Nutzung rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen kann.

Auf Nachfrage hat der Kunde den Nachweis über die tatsächliche Nutzung auf geeignetem Wege zu erbringen.

Brilliant Voice[®] schreibt in der Regel Rechnungen im Namen und im Auftrag der Dienstleister und führt grundsätzlich keine Beiträge an die Künstlersozialversicherung ab. Sollten Sie dies wünschen, ist auch eine Gesamtabrechnung inkl. der Beiträge an die Künstlersozialversicherung möglich.

Spesen-, Fahrt- und Übernachtungskosten sind nicht Bestandteil der genannten Gagen.