



Verband Deutscher Sprecher:innen e.V.

VDS-Gagenkompass 2023

Sprechergagenerhebung
vom Verband Deutscher Sprecher:innen
www.sprecherverband.de

Veröffentlicht Anfang 2023

Inhalt

Einleitung

1. Einzelgagen

- 1.1. Werbung mit Bild
- 1.2. Werbung ohne Bild
- 1.3. Webvideo, Imagefilm, Präsentation – Unpaid Media
- 1.4. App
- 1.5. Telefonansage
- 1.6. E-Learning, Audioguide
- 1.7. Podcast
- 1.8. Hörbuch
- 1.9. Games
- 1.10. Redaktionelle Gagen, Dokumentarfilme, TV-Reportagen
- 1.11. Audiodeskription (AD)
- 1.12. Kleinräumig
- 1.13. Sprachsynthese / Text to Speech (TTS)

2. Gagenoptionen und Pakete – Werbung

- 2.1. Session Fee
- 2.2. Zeitlich und räumlich unbegrenzte Nutzung
- 2.3. Pakete
- 2.4. Rabatte

3. Wissenswertes

- 3.1. Nützliche Zusatzinformationen
- 3.2. Wie berechnet sich eine Sprechergage?
- 3.3. Beispielrechnungen Gagen
- 3.4. VDS-Glossar (Auszug)

EINLEITUNG

Der VDS beobachtet Markttendenzen und erhebt unter seinen Mitgliedern und deren Geschäftspartner:innen regelmäßig Sprechergagen. Diese stellt er im VDS-Gagenkompass dar.

Dabei steht der **untere Gagen-Durchschnitt** in Rot: **unterer ø** und der **obere Gagen-Durchschnitt** in Grün: **oberer ø** woraus sich der **Durschnitt** in Schwarz ergibt.

Folgende Hinweise sind beim Lesen des Gagenkompasses zu beachten:

- Die erhobenen Gagen bilden den deutschen und deutschsprachigen Markt ab.
- Die erhobenen Gagen stellen weder eine offizielle Empfehlung, noch eine Verpflichtung dar. Sie dienen ausschließlich der Orientierung und Vergleichbarkeit. Jede Sprecherin und jeder Sprecher gestaltet und verhandelt die eigenen Gagen individuell auf Basis des eigenen Marktwertes und der jeweiligen Anfrage mitunter auch ausserhalb der hier aufgeführten Gagen-spanne.
- Durch die Sprechergage wird nicht die eigentliche Sprachaufnahme wie ein Produkt verkauft, sondern die Gage deckt die **Sprechertätigkeit** und/oder deren jeweilige klar definierte **Verwertungsrechte** ab. Sie wird in diesem Sinne auch "**Verwertungsgage**" genannt. Die Verwertungsrechte werden erst nach vollständiger Zahlung übertragen.
- Generell gilt bei Sprechergagen die Faustregel: '**Die Nutzung definiert die Gage**'. Mit diesem Leitsatz können auf Basis des jeweiligen Verwertungsumfangs alle Anfragen kategorisiert und kalkuliert werden, auch wenn ein Vorhaben keinem Genre klar zuzuordnen ist.
- Die finale Höhe einer Sprechergage kann – im Sinne einer seriösen Kalkulation – erst nach Nennung des gesamten Verwertungsumfangs (zeitlich, räumlich, medial/technisch) und Vorlage des Sprechertextes verbindlich ermittelt werden.
- Die Leistungen eines Tonstudios, wie die Herstellung der Audioproduktion, das Erstellen von Castings, dessen Handlungskosten (HU), sowie aktuelle Künstlersozialabgaben werden durch die genannten Sprechergagen nicht abgedeckt und bedürfen einer zusätzlichen Vergütung.
- Mögliche Spesen-, Fahrt- und Übernachtungskosten sowie Auslagen werden üblicherweise extra berechnet.
- Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer. Alle Preise sind freibleibend. Änderungen und Irrtümer sind vorbehalten.

Und...

... alle gepunktet unterstrichenen Begriffe sind mit dem Online-VDS-Glossar verlinkt. Die Begriffserklärung ist also jeweils nur einen Klick entfernt.

1. EINZELGAGEN

Sofern nicht anders aufgeführt, gelten alle Einzelgagen pro Motiv / Film / Sendung / Folge.

1.1. Werbung mit Bild

Genre		Gage \emptyset			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer \emptyset	700 €	oberer \emptyset	
Online Video Spot	Paid Media	600 €	700 €	800 €	Paid Media Lizenzen: Online/Internet, national, bis zu 1 Jahr. Archivgage Lizenzen: Online/Internet, nur Unpaid Media Lizenzen, räumlich & zeitlich unbegrenzt Anmerkung: Die Archivgage wird nicht einzeln, sondern immer als Ergänzung zu (Paid Media) Lizenzen angesetzt.
	Unpaid Media	<i>siehe 1.3 Imagefilm</i>			
	Archivgage	350 €	375 €	400 €	
TV Spot	national	600 €	700 €	800 €	Lizenzen: zur Verwendung im linearen TV-Programm (inkl. Simulcast) auf allen Sendern im jeweiligen Territorium, bis zu 1 Jahr.
	regional	500 €	550 €	600 €	
TV Reminder		50 % - 100 %			Lizenzen: wie der Hauptspot. Anmerkung: Wird nur gemeinsam mit dem Hauptspot ausgestrahlt. Die Prozentangabe bezieht sich auf die Hauptspotgage.
TV Patronat	national	600 €	700 €	800 €	Lizenzen: wie TV Spot, für 1 Sendung bzw. 1 Format. Anmerkung: 1 Motiv beinhaltet bis zu 4 Zeit-Versionen.
Kino Spot	national	600 €	700 €	800 €	Lizenzen: zur Verwendung in allen Kinos im jeweiligen Territorium, bis zu 1 Jahr.
	regional	500 €	550 €	600 €	
POS Spot		600 €	700 €	800 €	Lizenzen: national, bis zu 1 Jahr. Anmerkung: Messe Spots siehe 1.3 Imagefilm.
Ein zusätzliches Territorium		100 %			Anmerkung: Werden die Lizenzen um einen zusätzlichen Verwertungsraum erweitert, fallen dafür üblicherweise 100% der Originalgage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss. (z.B. Deutschland UND Österreich = 200% Sprechergage).
Ein zusätzliches Jahr		100 %			Anmerkung: Werden die Lizenzen um ein zusätzliches Jahr erweitert, fallen dafür üblicherweise jeweils 100% der Originalgage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss.
Ein zusätzliches Motiv		100 %			Anmerkung: Wird aus den Aufnahmen ein zusätzliches Motiv produziert, fällt dafür üblicherweise eine 100% Gage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss.
Animatic / Narrative / Moodfilm		250 €	300 €	350 €	Lizenzen: nur interne Nutzung in Pitches und Marktforschung, keine öffentliche Nutzung.
Layout		250 €	300 €	350 €	Lizenzen: nur interne Nutzung in Pitches und Marktforschung, keine öffentliche Nutzung. Anmerkung: Die Layoutgage wird bei nachträglicher Verwertung des Motivs mitunter einmalig angerechnet.

1.2. Werbung ohne Bild

Genre		Gage \emptyset			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer \emptyset	500 €	oberer \emptyset	
Online Audio Spot	Paid Media Unpaid Media	450 €	500 €	550 €	Lizenzen: Online/Internet, national, bis zu 1 Jahr <i>siehe 1.3 Imagefilm</i>
Funk Spot	national regional lokal	450 € 350 €	500 € 400 €	550 € 450 €	Lizenzen: zur Verwendung im linearen Radio-Programm (inkl. Simulcast) auf allen Sendern im jeweiligen Territorium, bis zu 1 Jahr. <i>siehe 1.12. Kleinräumig</i>
Funk Reminder		50 % - 100 %			Lizenzen: wie der Hauptspot. Anmerkung: Wird nur gemeinsam mit dem Hauptspot ausgestrahlt. Die Prozentangabe bezieht sich auf die Hauptspotgage.
Funk Allongen		40 €	110 €	180 €	Lizenzen: wie der Hauptspot.
Ladenfunk	national regional	350 € 250 €	400 € 300 €	450 € 350 €	Lizenzen: bis zu 1 Jahr. Anmerkung: Die Nutzung in nur einer Handelskette, wird als 'Ladenfunk regional' kalkuliert.
Telefon Werbespot		250 €	275 €	300 €	Lizenzen: Für Werbespots in Telefonwarteschleifen für 1 Telefonanlage, bis zu 1 Jahr. Anmerkung: Reine Telefonansagen ohne werblichen Inhalt siehe Punkt 1.5. Telefonansagen.
Ein zusätzliches Territorium		100 %			Anmerkung: Werden die Lizenzen um einen zusätzlichen Verwertungsraum erweitert, fallen dafür üblicherweise 100% der Originalgage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss. (z.B. Deutschland UND Österreich = 200% Sprechergage).
Ein zusätzliches Jahr		100 %			Anmerkung: Werden die Lizenzen um ein zusätzliches Jahr erweitert, fallen dafür üblicherweise jeweils 100% der Originalgage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss.
Ein zusätzliches Motiv		100 %			Anmerkung: Wird aus den Aufnahmen ein zusätzliches Motiv produziert, fällt dafür üblicherweise eine 100% Gage an, ohne dass der Sprecher oder die Sprecherin dafür ins Studio kommen muss.
Layout		250 €	300 €	350 €	Lizenzen: Nur interne Nutzung in Pitches und Marktforschung, keine öffentliche Nutzung. Anmerkung: Die Layoutgage wird bei nachträglicher Verwertung des Motivs mitunter einmalig angerechnet.

1.3. Webvideo, Imagefilm & Präsentation – Unpaid Media

Genre	Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
	unterer ø		oberer ø	
Grundlizenz: Internet Basic				Lizenzen: Online/Internet Unpaid Media ohne Social-Media (Ausnahme: nicht gelistetes Hosting auf Videoplattformen), weltweit, zeitlich unbegrenzt.
Webvideo / Imagefilm bis 2 Min.	300 €	350 €	400 €	Anmerkungen: Es gilt die Textlänge.
bis 5 Min.	450 €	500 €	550 €	
je weitere 5 Min.	50 €	100 €	150 €	
Zusatzlizenz: Social Media	50 €	150 €	250 €	Lizenzen: zur zusätzlichen Unpaid Media Nutzung auf allen Social Media Plattformen, weltweit, zeitlich unbegrenzt. Anmerkung: Nur als Zusatzlizenz - keine Einzelbuchung.
Zusatzlizenz: Präsentationen	50 €	150 €	250 €	Lizenzen: zur zusätzlichen Nutzung auf Präsentationen (online und/oder offline), Messen, Voice of Goddess/God, weltweit, zeitlich unbegrenzt. Anmerkung: Nur als Zusatzlizenz - keine Einzelbuchung.

Zusätzliche nicht aufgeführte Nutzungslizenzen (z.B. für physische Datenträger etc.) werden frei verhandelt.

Die unter Punkt 1.3. aufgeführten Grund- und Zusatzlizenzen beziehen sich ausschließlich auf Unpaid Media Auswertungen. Liegen Paid Media Nutzungen, gesponserte Inhalte, aktive Schaltungen oder POS Auswertungen vor, werde diese nach 1.1. Werbegagen kalkuliert.

1.4. App

Genre	Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
	unterer ø		oberer ø	
App bis 2 Min.	350 €	400 €	450 €	Lizenzen: pro App (kein TTS), zeitlich unbegrenzt. Es gilt die Textlänge.
bis 5 Min.	500 €	550 €	600 €	
je weitere 5 Min.	100 €	125 €	150 €	

Werbespots in Apps (InApp Ads) werden nach 1.1. Werbegagen kalkuliert.

1.5. Telefonansage

Genre	Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
	unterer ø		oberer ø	
Telefonansage bis 3 Module	180 €	240 €	300 €	Lizenzen: 1 Telefonanlage, zeitlich unbegrenzt. Maximale Länge pro Modul: 30 Sekunden.
je weiteres Modul	50 €	60 €	70 €	
Telefon Werbespot	<i>siehe Punkt 1.2. Werbung</i>			

1.6. E-Learning & Audioguide

Genre		Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer ø		oberer ø	
E-Learning - intern	bis 5 Min.	300 €	350 €	400 €	Lizenzen: Nur intern: Mitarbeiterschulungen, Schulungsvideo, After-Sales-Texte, Tutorials, etc.. Keine öffentliche Nutzung, keine Marketinginhalte. Zeitlich unbegrenzt. Anmerkung: Es gilt die Textlänge.
	je weitere 5 Min.	60 €	75 €	90 €	
Audioguide	bis 5 Min.	300 €	350 €	400 €	Lizenzen: Zur Nutzung in Audioguides für Ausstellungen, Museen, Stadtführungen, Kultur- und Kunstprojekten. Keine Marketinginhalte. Zeitlich unbegrenzt. Anmerkung: Es gilt die Textlänge.
	je weitere 5 Min.	60 €	75 €	90 €	

Marketinginhalte sowie öffentliche E-Learnings werden üblicherweise nach 1.3. Imagefilm kalkuliert.

1.7. Podcast

Genre		Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer ø		oberer ø	
Podcast - Inhalte	bis 5 Min.	300 €	350 €	400 €	Gilt für redaktionelle Inhalte eines Podcasts. Lizenzen: 1 Folge, online, weltweit, zeitlich unbegrenzt. Es gilt die Textlänge.
	je weitere 5 Min.	60 €	75 €	90 €	
Nicht-kommerzieller Podcast - Verpackung	bis zu 3 Folgen	175 €	200 €	225 €	Anmerkung: Gilt für ein oder mehrere Verpackungsmodule (Intro / Outro / Ansagen) bis zu einer Gesamtlänge von 1 Minute, einzusprechen in 1 Aufnahmesession. Lizenzen: Zur Wiederverwertung in 3 Folgen bzw. allen Folgen einer Podcast Serie.
	unbegrenzte Serienlizenz	400 €	450 €	500 €	
Marketing Podcast - Verpackung	bis zu 3 Folgen	275 €	300 €	325 €	Anmerkung: Gilt für ein oder mehrere Verpackungsmodule (Intro / Outro / Ansagen) bis zu einer Gesamtlänge von 1 Minute, einzusprechen in 1 Aufnahmesession. Lizenzen: Zur Wiederverwertung in 3 Folgen bzw. allen Folgen einer Podcast Serie.
	unbegrenzte Serienlizenz	850 €	900 €	950 €	

Die Gagen beziehen sich auf Audio-Podcasts. Video-Podcasts fallen unter 1.3. Webvideo.
Werbespots in Podcasts werden immer nach 1.2. Werbegagen berechnet.

1.8. Hörbuch

Genre		Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer ø		oberer ø	
Hörbuch		250 €	350 €	450 €	Preis pro 'Final Audio Hour' (FAH) Lizenzen: Der Umfang der abzutretenden Lizenzen sowie die Frage einer Gewinnbeteiligung bestimmen maßgeblich den Preis pro Final Audio Hour.

1.9. Games

Genre		Gage \emptyset			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer \emptyset		oberer \emptyset	
Games	Stundenpauschale	150 €	200 €	250 €	Lizenzen: Zur Nutzung der Sprachaufnahmen innerhalb der Games aller Kategorien: 'Indie' (A), 'Mittelgroß' (AA) und 'Tripple-A' (AAA).

Die (zusätzliche) Nutzung der Sprachaufnahmen für werbliche Zwecke wird üblicherweise nach 1.1. Werbegagen honoriert. Die erste Stunde wird mitunter höher als Folgestunden vergütet.

1.10. Redaktionelle Inhalte, Dokumentarfilme, TV-Reportagen

Genre		Gage \emptyset			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer \emptyset		oberer \emptyset	
Kommentar-Stimme		10 €	15 €	20 €	Preis pro Netto-Sendeminute. Lizenzen: Zur nicht werblichen Nutzung redaktioneller Inhalte für eine Sendung, weltweit, zeitlich unbegrenzt.
Overvoice-Stimmen		5 €	10 €	15 €	Preis pro Netto-Sendeminute. Lizenzen: Zur nicht werblichen Nutzung redaktioneller Inhalte für eine Sendung, weltweit, zeitlich unbegrenzt.
Mindestgage		150 €	250 €	350 €	Pro Sprecher:in, Sendung und Session.

1.11. Audiodeskription (AD)

Genre		Gage \emptyset			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer \emptyset		oberer \emptyset	
Audiodeskription		5 €	6 €	7 €	Preis pro Netto-Sendeminute. Lizenzen: Nur zur nicht werblichen gemeinsamen Nutzung mit dem Originalprogramm.
Mindestgage		150 €	200 €	250 €	Pro Sprecher:in, Sendung und Session.

Das Einsprechen einiger Overvoice Einsätze innerhalb der Audiodeskription wird mit der Mindestgage abgegolten, unabhängig von der Länge der Produktion.

1.12. Kleinräumig

Genre		Gage ø			Lizenzen & Anmerkungen
		unterer ø		oberer ø	
Funk Spot	lokal	60 €	75 €	100 €	Lizenzen: zur Verwendung im linearen Radio-Programm (inkl. Simulcast) auf allen Sendern im jeweiligen Territorium, bis zu 1 Jahr.
Online Video Spot	nur Paid Media kleinräumig	150 €	225 €	300 €	Lizenzen: Ausschließlich für kleine Online/Internet Paid Media Auswertungen bis zu einem Mediabudget von 5.000 Euro für 3 Monate für Kleinst-, Kleine- und Mittlere Unternehmen (KMU). Kein gelistetes Hosting, keine Unpaid Media Nutzung – Laufzeit bis zu 3 Monate. Anmerkung: Media Auswertungsbelege müssen ungefragt vorgelegt werden.

Das kleinräumige Segment stellt einen eigenständigen Markt dar, der nur auf Anfrage von Sprecher:innen im eigenen Studio bedient wird.

1.13. Sprachsynthese / Text to Speech (TTS)

Eine eigene TTS Gagenliste ist online auf den Seiten des Sprecherverbands zu finden unter:

www.sprecherverband.de/service/tts-gagenliste

2. GAGENOPTIONEN UND PAKETE – WERBUNG

Die folgenden Gagenoptionen und Pakete werden nur von einigen Sprecher:innen und nur nach vorheriger Anfrage angeboten.

2.1. Session Fee

Option		Gage \emptyset		Lizenzen & Anmerkungen	
		unterer \emptyset	oberer \emptyset		
Session Fee	Stundenpauschale	600 €	650 €	700 €	Lizenzen: nur interne Nutzung in Pitches und Marktforschung, keine öffentliche Nutzung.

Alternativ zur üblichen Abrechnung nach einzelnen Motiven kann vor der Aufnahme eine Vergütung nach der Session Fee beim Sprecher oder bei der Sprecherin angefragt werden, wodurch er oder sie uneingeschränkt für die gestalterische Arbeit an Text und Spots zur Verfügung steht, ohne dass die Anzahl der gesprochenen Motive und Textalternativen bei der Abrechnung eine Rolle spielt.

Die Session Fee deckt jedoch keine öffentlichen Verwertungslizenzen an den entstandenen Aufnahmen ab. Diese müssen bei Bedarf gesondert zusätzlich erworben werden.

Werden Motive, die im Rahmen einer Session Fee entstanden sind, öffentlich ausgewertet, kann mitunter an die zu zahlende Verwertungsgage pro Session einmalig ein Layouthonorar angerechnet werden.

2.2. Zeitlich, räumlich und medial unbegrenzte Nutzung

Umfang		Gage
Zeitlich unbegrenzte Nutzungsrechte	mindestens	3 facher Einzelpreis (300%)
Räumlich unbegrenzte Nutzungsrechte (weltweit)	mindestens	4 facher Einzelpreis (400%)
Medial unbegrenzte Nutzungsrechte	mindestens	4 facher Einzelpreis (400%)

Will die Auftraggeberseite zeitlich, räumlich oder medial unbegrenzte Nutzungsrechte an einem eingesprochenen Motiv erwerben, bieten einige Sprecher:innen an, den Einzelpreis des Motivs mit den genannten Faktoren zu multiplizieren. Die dadurch ermittelte Gage gilt jedoch nur zur unbegrenzten Nutzung eines Motivs. Die Nutzung der Aufnahmen für weitere Motive ist darin nicht inkludiert und wird zusätzlich vergütet.

Will die Auftraggeberseite verschiedene unbegrenzte Nutzungen miteinander kombinieren (z.B. zeitlich & räumlich unbegrenzte Nutzungsrechte), können dafür die jeweiligen Faktoren miteinander kombiniert werden.

Beispiel:

Zeitlich & räumlich unbegrenzte Nutzung = 3-fach x 4-fach = 12-facher Einzelpreis (1.200%)

Mögliche bereits vorab erworbene Nutzungsrechte werden beim Erwerb unbegrenzter Nutzungsrechte nicht angerechnet. Gleichmaßen wird bei sukzessiven Nachbuchungen einzelner Folgejahre bzw. zusätzlicher Territorien oder weiterer Medien jeweils eine 100%ige Verwertungsgage angesetzt.

2.3. Pakete

Folgende Auswertungskombinationen werden häufig als Paket vergünstigt angeboten:

Paket DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz)

Paketumfang	Gage	Lizenzen & Anmerkungen
DACH	2,5 fach	Lizenzen: jeweils wie nationale Einzelgagen pro Land. Laufzeit bis zu 1 Jahr.

Die Länder Deutschland (D), Österreich (A) und die Schweiz (CH) werden bei Einzelbuchungen jeweils mit einer vollen nationalen Gage vergütet (insgesamt also eine 3-fache Gage). Werden die Lizenzen für die drei Länder im Paket (DACH) erworben, bieten Sprecher:innen mitunter den vergünstigten Paketpreis an.

Paket Online & Archiv

Paketumfang	Gage	Lizenzen & Anmerkungen
Online & Archiv	1,5 fach	Lizenzen: zur Nutzung eines Motivs - im ersten Jahr: Online/Internet PAID MEDIA (national). - anschließend: Online/Internet UNPAID MEDIA (zeitlich und räumlich unbegrenzt)

Wenn im Paket erworben, berechnen Sprecher:innen mitunter den 1,5-fachen Preis der Paid Media Lizenz (und damit weniger als die Summe der Einzelpreise) für die einjährige Paid Media Nutzung eines Motivs mit anschließender Archivgage (Unpaid Media, zeitlich unbegrenzt).

Paket Funk & Online

Paketumfang	Gage	Lizenzen & Anmerkungen
Funk & Online	1,5 fach	Lizenzen: wie Einzelgage Funk Spot und Einzelgage Online Audio Spot - Paid Media. Gilt für 1 Motiv. Anmerkung: Die Jahreslizenz beginnt ab Schaltung im ersten Medium.

Wenn im Paket erworben, berechnen Sprecher:innen mitunter den 1,5-fachen Preis (und damit weniger als die Summe der Einzelpreise) für die Nutzung eines Audiospots im Funk und Online Paid Media. Dieses Paket bezieht sich ausschließlich auf Audiospots, auch im kleinräumigen Segment. Es wird nicht auf Videospots angewendet.

2.4. Rabatte

Werden große Auftragsvolumen im oberen vierstelligen Bereich oder darüber hinaus im Paket erworben, sind Mengenrabatte zwischen 5% und 20% nicht unüblich.

Diese werden auf Basis aller gagenbeeinflussenden Faktoren einer Anfrage frei verhandelt.

3. WISSENSWERTES

3.1. Nützliche Zusatzinformationen

Formel zur Umrechnung: Wortanzahl zu Textlänge

Selbstverständlich verlangt jeder Auftrag seine individuelle Text-Interpretation und damit auch Sprechgeschwindigkeit. Dennoch hilft die folgende Formel grob dabei, geschriebenen Text in gesprochene Textlänge umzurechnen.

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

Dabei sollten lange Zahlen (1974 = neunzehnhundertvierundsiebzig) sowie Abkürzungen (bzw. = beziehungsweise) zwar im Sprechertext als Ziffern bzw. abgekürzt geschrieben sein, aber bei der Messung der Textlänge ausgeschrieben berücksichtigt werden.

Maximale tägliche Produktionszeit für Sprecher:innen

Ein Studiotag für Sprecher:innen ist auf maximal 6 Stunden reine Produktionszeit begrenzt.

Künstlersozialabgaben

Für jedwede künstlerische Leistungen ist nach §24 KSVG (KünstlerSozialVersicherungsgesetz) selbstständig vom Auftraggeber eine Künstlersozialabgabe an die KSK (KünstlerSozialKasse) abzuführen. Weitere Informationen dazu unter: www.kuenstlersozialkasse.de.

Informationspflicht durch die Auftraggeberseite

Die Auftraggeberseite ist nach §32c UrhG verpflichtet, der Sprecherin oder dem Sprecher über die Nutzung der aufgenommenen Sprache Auskunft zu erteilen. Weitere Informationen dazu im VDS-Glossar unter:

www.sprecherverband.de/glossar/informationspflicht-bei-verwertung

3.2. Wie berechnet sich eine Sprechergage?

Die Höhe einer Sprechergage basiert maßgeblich auf der Frage, **wie** und **in welchem Umfang** die aufgenommene Sprache **genutzt** wird und dementsprechend welche Verwertungsrechte die Auftraggeberseite im Detail erwirbt. Kurzum: **Die Nutzung bestimmt die Gage.**

Somit stellen sich für die finale Ermittlung einer Sprechergage folgende konkrete Fragen:

- Für welches **Genre** wird gesprochen?
(z.B. Werbung, Hörbuch, Dokumentarfilm, E-Learning usw.)
- Für **wie viele Motive**, Sendungen oder Produktionen werden die Aufnahmen verwendet?
- In welchem **Medium** werden die Aufnahmen verwendet?
(z.B. TV, Radio, Internet, App, CD...)
- In welchem **räumlichen Umfang** werden die Aufnahmen verwendet?
(z.B. regional, national, weltweit)
- In welchem **zeitlichen Umfang** werden die Aufnahmen verwendet?
(z.B. bis zu 1 Jahr, mehrere Jahre, zeitlich unbegrenzt)

Wenn diese Informationen vorliegen, können die dementsprechenden Einzelgagen mit ihren jeweiligen Verwertungsrechten nach dem Baukastenprinzip zum benötigten Verwertungsumfang zusammengesetzt werden.

Eine vollumfängliche, pauschale Abtretung aller Rechte an der aufgenommenen Sprache im eigentlichen Sinne eines "Total Buyouts" widerspricht dem Grundgedanken der lizenzbasierten Sprecherga- genstruktur und ist somit nicht im Sinne der Sprecher:innen. Der Grund: Bei dieser Art Rechteabtretung ist der Nutzungsumfang nicht mehr abzusehen und somit nicht zu berechnen. Die Summe aller theoretisch denkbaren Nutzungen würde in diesem Fall ins Unendliche steigen - und somit auch die Gage. Insofern steht die Auftraggeberseite in der Pflicht, die Nutzung der aufgenommenen Sprache stets transparent zu kommunizieren und genießt gleichzeitig den Vorteil, nur die Lizenzen zu erwerben, die sie tatsächlich benötigt.

Ein späterer Erwerb zusätzlich benötigter Verwertungslizenzen hingegen ist in Rücksprache mit der Sprecherin oder dem Sprecher stets möglich. Dies muss vor der jeweiligen Veröffentlichung passieren und von der Auftraggeberseite aktiv initiiert werden.

Die Zeit, die Sprecher:innen im Studio verbringen, spielt in den meisten Fällen für die Ermittlung einer Sprechergage keine Rolle.

3.3. BEISPIELRECHNUNGEN GAGEN

Nach den erhobenen Durchschnittsgagen ergeben sich folgende Beispielrechnungen:

Rechenbeispiel 1: Einzelgagen / Einzelauswertungen

Eine Auftraggeberin bucht eine Sprecherin für eine Werbekampagne. Im Studio werden zwei Motive angesprochen: ein 30-Sekünder und ein 15-Sekünder.

Der 30-Sekünder soll national für 1 Jahr im TV und im Internet (Paid Media) geschaltet werden. (1 Land / 1 Jahr / 2 Medien)

Der 15-Sekünder soll nur im Internet (Paid Media) geschaltet werden - dafür aber 2 Jahre lang. (1 Land / 2 Jahre / 1 Medium)

Demnach berechnet sich die Sprechergage wie folgt:

Motiv 30-Sekünder	Lizenzen: TV / <u>national</u> / 1 Jahr	700 Euro
	<u>Internet Paid Media</u> / <u>national</u> / 1 Jahr	700 Euro
Motiv 15-Sekünder	Lizenzen: <u>Internet Paid Media</u> / <u>national</u> / Erstes Jahr	700 Euro
	<u>Internet Paid Media</u> / <u>national</u> / Zweites Jahr	700 Euro
<u>Sprechergage gesamt (netto)</u>		<u>2.800 Euro</u>

Rechenbeispiel 2: Archivgage

Die Auftraggeberin aus Rechenbeispiel 1 muss die beiden Motive (30-Sekünder & 15-Sekünder) nach Ablauf des jeweils erworbenen Lizenzzeitraums aus ihren Webauftritten löschen.

Obwohl sie die Spots nicht mehr aktiv schalten will (Paid Media), möchte sie sie gerne in ihrem Youtubekanal und auf ihrer Webseite "liegen lassen" (Unpaid Media).

Sie erwirbt (zusätzlich zur Zahlung aus Rechenbeispiel 1) die dafür benötigten Lizenzen pro Motiv. In diesem Fall spricht man von einer "Archivgage".

Motiv 30-Sekünder	Lizenzen: <u>Internet Unpaid Media</u> / <u>zeitlich unbegrenzt</u>	375 Euro
Motiv 15-Sekünder	Lizenzen: <u>Internet Unpaid Media</u> / <u>zeitlich unbegrenzt</u>	375 Euro
<u>Sprechergage gesamt (netto)</u>		<u>750 Euro</u>

Rechenbeispiel 3: Werbung Session Fee mit Auswertung

Ein Auftraggeber bucht bei einer Sprecherin eine Session Fee. Er lässt die Sprecherin in einer 50-minütigen Session diverse Text- und Interpretationsideen ausprobieren. Nachträglich produziert er aus den Aufnahmen 4 verschiedene Funk-Spots, die 1 Jahr deutschlandweit in diversen Radiosendern ausgestrahlt werden.

Demnach berechnet sich die Sprechergage wie folgt:

<u>Session Fee</u>	1. Stunde pauschal	650 Euro
4 <u>Motive</u>	Lizenzen: Funk / <u>national</u> / 1 Jahr (à 500 Euro/Motiv)	2.000 Euro
<u>abzüglich</u>	anzurechnen: 1x Layouthonorar aus Session Fee	-300 Euro
<u>Sprechergage gesamt (netto)</u>		<u>2.350 Euro</u>

Rechenbeispiel 4: Layoutgage – bei Auswertung Differenzzahlung

Ein Auftraggeber will einen Funkspot produzieren. Er ist sich unsicher, welche seiner beiden Textfassungen überzeugender ist und möchte sie vorerst in der Marktforschung testen. Er lässt eine Sprecherin im Studio die Texte für beide Varianten einsprechen.

In diesem Fall ist jede eingesprochene Textvariante als ein Motiv abzurechnen. Da die beiden Motive fürs erste nicht öffentlich ausgewertet werden, werden sie als 'Layout' berechnet:

2 Motive	Lizenzen: Layout / nur intern (á 300 Euro/Motiv)	600 Euro
Sprechergage gesamt (netto)		600 Euro

Die Marktforschung ergibt, welches der beiden Motive überzeugt. Der Auftraggeber schaltet dieses Motiv daraufhin ein Jahr lang national im Radio.

In diesem Fall muss für die Verwertung eine Funkspot-Gage national angesetzt werden. Allerdings wird die für dieses Motiv bereits gezahlte Layoutgage einmalig an die zu zahlende Verwertungsgage angerechnet, so dass nur noch die Differenz gezahlt werden muss.

1 Motiv	Lizenzen: Funk / national / bis zu 1 Jahr	500 Euro
abzüglich	anzurechnen: 1x bereits gezahltes Layouthonorar	-300 Euro
Sprechergage gesamt (netto)		200 Euro

Hinweis: Ein gezahltes Layouthonorar kann nur einmal angerechnet werden. Für Nachgagen (z.B. Folgejahre oder weitere Medien...) muss eine volle Verwertungsgage (100%) angesetzt werden. (Siehe Rechenbeispiel 5)

Rechenbeispiel 5: Nachgage

Der Auftraggeber aus Rechenbeispiel 4 will seinen Funkspot ein zweites Jahr schalten. Er steht in der Pflicht, die dafür benötigten Lizenzen vor Beginn des zweiten Jahres von der Sprecherin zu erwerben. Er bittet sie, ihm eine Nachgage für ein weiteres Jahr zur nationalen Auswertung im Radio zu berechnen.

Die Sprecherin stellt in dem Fall folgende Rechnung:

1 Motiv	Lizenzen: Funk / national / 1 Jahr	500 Euro
Sprechergage gesamt (netto)		500 Euro

Die Sprecherin muss in diesem Fall nicht erneut ins Studio kommen. Da sie aber die Nutzungslizenzen verlängert, wird die volle (Verwertungs-)Gage fällig. Dieser Gage werden keine vorab geleisteten Zahlungen angerechnet.

3.4. VDS-Glossar (Auszug)

Das VDS-Glossar erklärt Begriffe rund um das Sprechen. Alle Begriffserklärungen sind online über einen Klick auf die in dieser Gagenliste gepunktet unterstrichenen Worte zu erreichen oder unter:

www.sprecherverband.de/service/glossar

Im Folgenden findet sich ein Auszug aus diesem Glossar mit den für das Grundverständnis dieses Gagenkompasses wichtigsten Begriffen:

Motiv / Spot

Jede Text- oder Bildvariante eines Spots wird als "Motiv" bezeichnet.

Im Bereich der Werbung werden Sprecher:innen in der Regel pro Motiv vergütet. Wenn ein bereits veröffentlichter Spot oder Film nachträglich (z.B. durch einen neuen Sprechertext, neue Musik, einen neuen Off-Text, neue Bilder, neue Einblendungen, neuer Schnitt, Kürzungen (siehe auch Cutdowns etc.)) geändert wird, entsteht immer automatisch ein weiteres Motiv mit einer eigenen Verwertungsdauer, für welches eine 100%ige Nachgag anzusetzen ist.

Auch wenn ein Motiv nicht ausproduziert oder veröffentlicht wird, muss Sprecher:in dafür honoriert werden; in dem Fall üblicherweise mit einer Layoutgag.

Verwertung

Der Begriff Verwertung wird synonym zu den Begriffen **Auswertung** oder **Nutzung** verwendet. Er beschreibt, wie und in welchem Umfang eine Produktion genutzt wird (zeitlich, räumlich, medial/technisch, öffentlich, intern).

Die Auftraggeberseite muss die für den individuellen **Verwertungsumfang** benötigten **Verwertungsrechte** (Lizenzen) vom Sprecher oder der Sprecherin erwerben. Dafür zahlt sie/er die **Verwertungsgage**, die die Abtretung dieser Rechte beinhaltet. Jede Gage, die Verwertungsrechte veräußert, wird dementsprechend als Verwertungsgage bezeichnet.

Verwertungsräume

Vor allem im Segment Werbung ist die Frage der räumlichen (territorialen) Verwertung zur Ermittlung der Sprechergage entscheidend.

Folgende Verwertungsräume sind bei der Ermittlung einer Sprechergage üblich (von klein zu groß):

LOKALE VERWERTUNG - 1 Lokalbereich (eine einzelne Stadt, ein einzelner Landkreis bzw. eine Region) mit einem Einzugsgebiet unter 1 Million Einwohner.

REGIONALE VERWERTUNG - 1 Bundesland.

NATIONALE VERWERTUNG - 1 Land

Aus deutscher Sicht und sofern nicht abweichend spezifiziert ist 'Deutschland' gemeint. Aber auch andere Länder (z.B. Österreich oder die Schweiz) können als 'national' bezeichnet werden und sind mit jeweils 100% der nationalen Gage zu vergüten.

DACH bzw. **DEUTSCHSPRACHIGER RAUM**

DACH steht für Deutschland (D), Österreich (A) und die Schweiz (CH) und umfasst somit den gesamten deutschsprachigen Raum. Wird ein Spot in diesem räumlichen Umfang ausgewertet, müssen dafür drei nationale Einzelverwertungen erworben werden.

WELTWEITE bzw. **RÄUMLICH UNBEGRENZTE VERWERTUNG**

Die VDS-Gagenliste empfiehlt den 4-fachen Einzelpreis anzusetzen, wenn ein Motiv räumlich unbegrenzt verwertet werden soll. (Siehe: Zeitlich und räumlich unbegrenzte Nutzung)

Wird ein Werbemotiv in mehr als einem territorialen Gebiet ausgewertet, muss es automatisch mit der territorial nächst größeren Verwertungslizenz abgegolten werden (z.B. der SWR deckt mit seinem offiziellen Sendegebiet 2 Bundesländer ab = national).

Ein Sender, dessen Sendegebiet **offiziell** nur ein Territorium umfasst, dessen Programm aber technisch über die territorialen Grenzen hinaus empfangbar ist, ist mit dem Erwerb des einen offiziellen Territoriums ausreichend abgegolten.

Verwertungsdauer

Vor allem im Segment Werbung ist auch die Frage über welchen Zeitraum eine Aufnahme genutzt werden soll zur Ermittlung der Sprechergage entscheidend.

Das zeitliche Verwertungsrecht gilt (in der Regel bis zu 1 Jahr) ab dem Datum der Erstaussstrahlung. Wird der Zeitpunkt der Erstaussstrahlung nicht genannt, gilt das Verwertungsrecht ab dem Aufnahmedatum.

Mit Ablauf dieses Zeitraums erlöschen die Lizenzen, die Aufnahmen weiterhin öffentlich zu nutzen. Um sie dennoch weiterhin zu veröffentlichen, fällt eine entsprechende Nachgage an. Optional kann die Auftraggeberseite eine "Archivgage" erwerben. In jedem Fall steht die Auftraggeberseite in der Pflicht, die benötigten Rechte vorab zu erwerben.

Wenn ein Motiv zeitlich unbegrenzt verwertet werden soll, benennt der VDS-Gagenkompass den 3-fachen Einzelpreis anzusetzen (Siehe: Zeitlich und räumlich unbegrenzte Nutzung).

Paid Media / Unpaid Media

Synonym zu den Begriffen 'Paid Media' und 'Unpaid Media' werden auch häufig die Begriffe 'aktiv' und 'passiv' oder 'geschaltet' und 'nicht geschaltet' verwendet.

Vor allem bei Online-Auswertungen von werbe- oder werbeähnlichen Produktionen spielt die Frage, ob eine Paid Media- oder eine Unpaid Media-Verwertung stattfinden wird, für die Sprechergagen-Kalkulation eine große Rolle.

Unterschieden wird dabei, wie die Produktion letztlich verbreitet wird:

PAID MEDIA

Setzt der Werbetreibende ein Budget oder dementsprechende Ressourcen ein, um seine Produktion aktiv zu verbreiten und somit höhere oder gezieltere User/Zuschauerzahlen zu erreichen, spricht man von 'Paid Media'. Beispiele hierfür sind Inhalte, die dem User meist unaufgefordert abgespielt werden, wie ein vorgeschalteter Werbespot vor einem YouTube-Video, gesponserte Instastories, POS-Auswertungen oder ähnliches (also Pre-, Mid-, Post-Roll, Pre-, Mid-, Post-Stream, Embed, Broadcast etc.). Darüber hinaus werden auch Inhalte, die auf promoteten Webseiten, prominenten Landingpages beziehungsweise überdurchschnittlich stark frequentierten 'Owned-Media'-Kanälen abliegen, als Paid Media Auswertungen angesehen.

UNPAID MEDIA

Unpaid Media hingegen beschreibt Inhalte, die auf kostenlosen Vertriebskanälen (z.B. der eigenen nicht explizit promoteten Webseite, dem eigenen Youtube-Kanal, der eigenen Facebook-Timeline etc...) abliegen und vom User somit eigenständig entdeckt und angeklickt werden müssen, damit dieser sie zu sehen bekommt.

Da Unpaid Media Inhalte im Normalfall deutlich geringere View-Zahlen erhalten, werden sie üblicherweise nicht nach den Werbe-, sondern nach den günstigeren Imagefilmgagen vergütet.

Paid Media Inhalte hingegen sollten immer nach Werbegagen vergütet werden. Da sie auch territorial gezielt geschaltet werden können, müssen sie darüber hinaus pro Land honoriert werden.