

15. Spotsprecher

Spotsprecher ist nicht gleich Spotsprecher. Jeder Spotttext und das zu bewerbende Produkt benötigen die dazupassende Stimme. Diese Stimme auszusuchen, ist auch Erfahrungssache. Diese Stimme einzusetzen, ist wie das Spielen auf Instrumenten. Professionelle Spotsprecher haben berechtigterweise ihren Preis.

Leider wird jedoch bei der Auswahl der Sprecher meistens der einfachste Weg gewählt. Man überlässt dem Studio die Auswahl der Sprecher. Um Kosten zu sparen oder Spezialpreise zu erhalten, versuchen einzelne Studios verschiedene Produktionen zu verbinden und dabei die Sprecher («wäner scho im Studio isch») mit mehreren Jobs am gleichen Tag zu beschäftigen. Somit hört man verschiedene Stimmen sehr oft, vielleicht zu oft. Da diese Sprecherinnen und Sprecher auch noch TV-Spots besprechen, begleiten sie uns den ganzen Tag.

Irgendwann tritt dann der Zeitpunkt ein, an dem diese Stimmen beim Hörer nicht mehr wirken, sie laufen sich (vorübergehend) tot. Es ist keine Seltenheit, dass 2/3 eines Spotblockes vom gleichen Sprecher oder der gleichen Sprecherin bestritten wird (6 oder mehr Spots innerhalb eines Spotblocks). Unterschiedlich sind nur Auftraggeber, Produkte und Hauptzielgruppen.

Amateursprecher

Da alle Lokalradios Spots selbstständig akquirieren und bei der Produktion mit eigenen oder teilweise angegliederten Studios arbeiten, werden sogenannte Stammsprecher immer wieder eingesetzt. Es ist bedauerlicherweise so, dass es bestimmte Sender schaffen, regelmässig die schlechtesten Spots mit den gleichen, schlechten Spotsprechern zu produzieren. Es ist keine Seltenheit, dass Sekretärinnen, Putzfrauen oder Mitarbeiter der Verkaufs-

abteilungen der Sender als Spot-Sprecher oder Sprecherin herhalten. Erfahrungsgemäss benötigt die Zusammenarbeit mit Amateursprechern ein Mehrfaches an Studiozeit.

Professionelle Sprecher/Innen

Wir haben in der Schweiz eine Vielzahl sehr guter Sprecherinnen und Sprecher. Die meisten von ihnen sind in der VPS (Vereinigung professioneller Sprecherinnen und Sprecher) zusammengeschlossen. Die VPS vertreibt eine CD-Collection, auf der alle ihre Sprecher zu hören sind. Gleichzeitig vertritt der Verband die Interessen ihrer Mitglieder in arbeitsrechtlichen Fragen und bestimmt die Tarife. Seit dem Januar 2004 gelten neue Tarife und Bestimmungen.

Für Auftraggeber ist wichtig zu wissen, dass das Honorar, welches einem Sprecher bezahlt wird, nur für die Ausstrahlungen während eines Jahres gilt. Laufen Spots länger als ein Jahr, haben die Sprecher das Recht, Nachforderungen zu stellen. Scheinbar ist diese Regelung den meisten Studios oder Agenturen zu wenig bekannt, obwohl sie auf den Tarifunterlagen des VPS/ASP erwähnt sind.

Ausserdem gilt noch zu beachten, dass weder ein Auftraggeber noch ein Studio ohne Einwilligung der Sprecher aus bestehenden Tonaufnahmen einen neuen Spot «basteln» darf. In letzter Zeit mussten wir leider feststellen, dass in diesem Bereich eklatante Rechtsverletzungen stattfanden. Die Rechte für einen Spot respektive Spotttext liegen (sofern nichts anderes abgemacht) immer bei der Agentur. Auch ein Sprecher hat das **Recht auf sein gesprochenes Wort**. (Details dazu im Buch: «Das Recht am eigenen Wort» von Dr. iur. Bruno Glaus.) Uns ist ein Fall bekannt, bei dem ein Sprecher an den Auftraggeber der Spots (nicht die Agentur und nicht das Studio), happige Forderungen gestellt hat, da die Spots über Jahre unautorisiert verwendet und erst noch

neu zusammengeschnitten wurden. Der Sprecher und der Auftraggeber haben sich schlussendlich – auf Anraten der Rechtsabteilung des Auftraggebers – aussergerichtlich geeinigt.

Notizen:

Den ständigen **Sprecherinnen und Sprechern der SRG** (Radio und Fernsehen) ist es **verboten**, Radiowerbung zu sprechen.

Wir halten uns konsequent an die Sprecherhonorare des VPS (die wir dem Auftraggeber verrechnen), deshalb haben wir auch nie Probleme die gewünschten Sprecher/Innen für unsere Studiojobs zu gewinnen.

Meistens wissen wir schon beim Schreiben der Texte, welche Sprecher/Innen für die Produktion in Frage kommen. Darum werden die Texte respektive wird die Spotgeschichte bereits auf das Können und die Charaktere der verschiedenen Sprecherstimmen ausgerichtet. Notizen