



INTERESSENVERBAND SYNCHRONSCHAU SPIELER

Newsletter

News und Informationen aus den Ateliers für die Synchronbranche

Monatlicher Newsletter des IVS

August 2008

Zwischenbilanz zu den Sozialversicherungs-Gesprächen

Ob es bei den Verhandlungen zwischen IVS und BVDSF Fortschritte gibt, lest Ihr auf

Seite 1

Das Urteil des Landgerichts Berlin im Rechtsstreit IVS vs. BSAG

... kurz zusammengefasst und erklärt.

Seite 2-4

Gut zu wissen

Der Medienkonzern ProSiebenSat.1 verkaufte Broadcast Text International, einen Dienstleister für Synchronisation und Untertitelungen.

Seite 4

Viele Wege führen nach Entenhausen

Bei den Fernsehsendern, Verleihern und Filmproduzenten wird gespart bis es quietscht. Aber warum eigentlich?

Seite 5-6

Genug ist nicht genug

US-Serien, Spielfilme und große Sport-Events bringen die höchsten Einnahmen - durch die Werbung.

Seite 6

Wer kann da eigentlich noch meckern?

Die Constantin Film AG konnte im ersten Halbjahr 2008 ihr Betriebsergebnis um 170 % steigern.

Seite 7

Das 2. Jubiläum! Den IVS Newsletter gibt es nun schon seit zwei Jahren! Allen Mitarbeitern und Lesern vielen Dank für die Treue!

Zwischenbilanz zu den Sozialversicherungs-Gesprächen

Wie wir in unserem Mai-Newsletter berichteten, fand am 7. Mai 2008 das Gespräch zwischen dem IVS und dem BVDSF statt, in dem es um die Umsetzung der Direktiven der DRV-Bund ging, wie zukünftig mit der Sozialversicherung von Synchronschauspielern umzugehen sei.

Am 10. April war als Resultat des Treffens mit Vertretern beider Verbände und der DRV-Bund rausgekommen, dass sich der IVS und der BVDSF an einen Tisch setzen sollen, um gemeinsam der DRV-B einen gangbaren Weg vorzuschlagen – wohl gemerkt: gemeinsam! Am 10. April wurde von Produzentenseite noch die Forderung geäußert, zur Unständigkeit zurückzukehren, am 7. Mai wurden schon Bedingungen daran geknüpft (da waren ja auch keine Vertreter der DRV-B mehr anwesend) und die Bedenken geäu-

bert, dass trotzdem Firmen weiterhin „selbstständig“ abrechnen würden und sich so gegenüber den „unständig“ abrechnenden Firmen einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen würden. (Ausführliches dazu im Mai-Newsletter.)

Seitdem ist trotz guten Willens und großer Geduld seitens des IVS nichts mehr oder nicht mehr viel passiert.

Es sollte eine Art gemeinsame Erklärung zur Unständigkeit als gesetzeskonformer und den Realitäten entsprechender Abrechnungsform an die DRV-B geschickt werden, die aber nicht rausgegangen ist, da ein BVDSF-Vorstandsmitglied nicht überzeugt werden konnte.

Der jetzige Zustand, in dem wir uns ja nun seit leider fast drei Jahren befinden, in dem jede Firma anders abrechnet und unsere Sozialversicherung hinten und vorne nicht mehr gewährleistet ist, ist jedenfalls unzumutbar!

Das Urteil des Landgerichts Berlin vom 25.06. 2008 im Rechtsstreit IVS vs. BSAG

Am 25.06. 2008 urteilte das Landgericht Berlin in erster Instanz in der Sache zunächst nicht im Sinne des IVS. Gehen wir in die nächste Instanz, kann diese Entscheidung natürlich aufgehoben werden.

Primäres Ziel der Klage war es, zu erreichen, dass die scheinbar endlosen Rechtsabtretungskataloge der BSAG nicht mehr verwendet werden dürfen. Die Folge wäre gewesen, dass bei bestimmten über die filmische Nutzung hinausgehenden Verwertungen gesondert unsere Zustimmung eingeholt werden müsste und ggf. eine weitere Vergütung erfolgen würde. Es ging also 1. um die Kontrolle der weiteren Verwertung unserer Leistungen und 2. um eine angemessene Vergütung im Falle weiterer „Verwurstung“ der Sprachaufnahmen.

Die Begründung der Klage des IVS stützt sich auf eine Reihe von vertrags- und urheberrechtlichen Grundgedanken und deren Anwendung auf den konkreten Fall der zahlreichen Standardvertragsklauseln oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) in den Synchronschauspielerverträgen der BSAG.

Insbesondere auch in Hinblick auf die Vergütung und deren Angemessenheit sind diese AGBs inhaltlich fragwürdig. Juristisch handelt es sich dabei aber um einen gesonderten Fragenkomplex, der nicht Gegenstand dieses Rechtsstreits und somit auch nicht des Urteils vom 25.06. 2008 ist (siehe Seiten 18 und 19 des Urteils). Eine hierauf bezogene weitere Klage bleibt also möglich.

In der Urteilsbegründung setzte sich das Gericht mit der Argumentation des IVS auseinander. Im Folgenden wird der Versuch unternommen, das im Forum stehende Urteil und seinen Kontext noch einmal zum noch besseren Verständnis darzustellen. Dabei nimmt der Autor ausdrücklich nicht zum rein prozessrechtlichen Streit um die Nebeninterventionen Stellung.

1. Die Argumentation des IVS

Wir alle kennen ja die endlosen Kataloge, in denen wir unsere Rechte bis zur Verwendung der Aufnahmen in Freizeitparks und für Klingeltöne mit einem Kringlel am Ende von Seite X für immer

abtreten. Der IVS argumentierte im Wesentlichen, dass die in den Verträgen der BSAG enthaltenen Klauseln zur umfangreichen Rechtsübertragung unwirksam seien und daher nicht weiter verwendet werden dürften.

a) Unwirksam aus der Sicht des IVS ist insbesondere die pauschale Einräumung der Nutzungsrechte. Rechtlich ist zwar die Übertragung dieser Rechte nicht verboten. Die pauschale Einräumung einer umfassenden Auflistung der Verwertungsrechte ist aber aus Sicht des IVS im Zweifel eine unwirksame „unangemessene Benachteiligung“ des Synchronschauspielers gemäß § 307 Absatz 1 BGB. Es bedarf an dieser Stelle daher eines Nachweises, dass diese Rechtseinräumungen im Einzelfall gerechtfertigt sind. Verwendet man ohne Weiteres Vertragsklauseln, wie die BSAG es tut, so ist dieser Nachweis eben aus Sicht des IVS nicht erbracht und die Klauseln wären unwirksam.

b) Darüber hinaus sieht der IVS in den Formularverträgen der BSAG eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Synchronschauspieler. Die Persönlichkeitsrechte des Synchronschauspielers haften seiner aufgezeichneten Originalstimme untrennbar an und sind im Gegensatz zu einzelnen Nutzungsrechten nicht pauschal übertragbar. Für den Einzelfall der Verwertung bedarf es der Zustimmung des Synchronschauspielers. Die verwendeten AGBs verhindern eine solche Praxis systematisch, weil eben von vornherein alle Nutzungsrechte abgetreten werden und es daher zu einer Nachfrage bei dem Synchronsprecher, ob eine bestimmte besondere Verwertung stattfinden dürfe, nie kommt.

c) Der IVS richtet sich in der Klage schließlich auch gegen die folgende Standardklausel: „Die Verpflichtung auf Nennung des Namens des Mitarbeiters in Ankündigungen jeder Art, insbesondere im Vor- oder Abspann oder bei der Werbung für die zu bearbeitenden Werke wird im gesetzlich zulässigen Umfang ausgeschlossen.“ Damit tritt der IVS für unser Recht auf Namensnennung ein. Dieses wird teilweise mit Füßen getreten. So wurde bei einer großen Zeichentrickfilmproduktion der ganz jungen Vergangenheit mit den prominenten deutschen Stimmen der Charaktere umfangreich geworben und diese wurden auch an prominenter Stelle im Abspann des Kinofilms erwähnt. Der beim Publikum vermeintlich unbe-

kannte Kollege, der neben den prominenten Stimmen eine Hauptrolle übernommen hatte, wurde an dieser Stelle im Abspann schlichtweg nicht erwähnt. Es klaffte einfach Leere auf der Leinwand, wo jeder einen Namen erwartet hatte. Eine Nennung erfolgte erst viel später im Abspann.

Der § 74 Absatz 1 Satz 2 UrhG gewährt dem ausübenden Künstler das Recht zu bestimmen, ob und mit welchem Namen er bei der Darbietung genannt wird. Er verfügt damit über ein gesetzliches **Benennungsrecht**. Obwohl es von den Produzenten oft auch für die Nutzung der Synchronstimmspur für Hörbuchproduktionen und Audio-CDs so interpretiert wird, gilt dieses Recht nur bei Filmwerken eingeschränkt. Ein Nennungsverzicht ist hier rechtlich zulässig, wenn die Künstlernennung „einen unverhältnismäßigen Aufwand“ bedeutet. Das ist aber bei Werken mit umfangreichem Abspann und weiterhin in der Regel bei den Synchronstimmen von Hauptdarstellern nicht der Fall.

2. Die Entscheidung des Landgerichts Berlin

Das Landgericht Berlin schloss sich der Sichtweise des IVS nur sehr begrenzt an.

a) Das Landgericht Berlin verneint, dass ein gesetzliches Leitbild im Urheberrechtsgesetz Ausdruck findet, welches die Unwirksamkeit der Einräumung von ganzen Rechtskatalogen indiziert. Insbesondere geht es diesbezüglich auf die §§ 11 Satz 2, 31 Absatz 5, 88, 89 UrhG ein. Auch sieht das Gericht eine solche Sicht der Dinge nicht im Widerspruch zu der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes. Als entscheidend sieht es im vorliegenden Fall schlicht das Prinzip der Vertragsfreiheit an. Im Rahmen derselben könne man eben, vereinfacht ausgedrückt, alles vereinbaren, was gesetzlich nicht verboten ist. Unterschreibt der Synchronschauspieler die Rechtsabtretungen an die BSAG, ist das somit wirksam und Ausdruck seiner Freiheit, sich, wie er will, vertraglich zu verpflichten.

b) Eine Verletzung des Urheberpersönlichkeitsrechts als Spezialisierung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts sieht das Landgericht Berlin ebenfalls durch die Praxis der AGBs der BSAG nicht. Denn in den Klauseln geht es nicht um die Qualität der „Verwurstung“ der Sprachaufnahmen, also tatsächlichen Eingriffen in den Charakter der Sprachaufnahmen, sondern nur um die

Quantität der abgetretenen Rechte. In Hinblick auf Verletzungen des Urheberpersönlichkeitsrechts der Synchronschauspieler verweist das Gericht uns auf die §§ 14 und 93 UrhG, mittels welcher der Synchronschauspieler gröbliche Entstellungen oder Beeinträchtigungen seines Werkes verbieten lassen kann.

c) Das Landgericht Berlin geht schließlich davon aus, dass zumindest Hauptdarsteller von ihrem Benennungsrecht wissen. Natürlich bestehe das Benennungsrecht auch z. B. für Sprecher von Hauptdarstellern. Das bestreite die BSAG ja auch gar nicht. Durch die Formulierung „im gesetzlich zulässigen Umfang“ in der Klausel beanspruche diese in solchen Fällen auch gar keine Geltung. Dieser Umstand käme auch verständlich durch den Klauseltext und speziell die erwähnte Formulierung zum Ausdruck. Das Gericht geht also davon aus, dass Schauspieler ihre Rechte als Schauspieler kennen.

3. Na gut. Und was nun? – Ein paar Anregungen fürs Verträgeunterschreiben

Die Entscheidung kann, wie bereits erwähnt, in der nächsten Instanz aufgehoben werden. Wie der IVS in der Sache weiter vorgeht, also ob er in Berufung oder Revision geht, soll aus prozesstaktischen Gründen an dieser Stelle zunächst keine Erwähnung finden. Auch stehen uns Synchronschauspielern noch viele Wege offen, juristisch gegen Vergütungspraxis und Vertragspraxis in der Branche vorzugehen. Ob diese Konfrontationen nötig sind, hängt zentral von dem Willen der Synchronproduzenten ab, den Mitgliedern des IVS in ihren berechtigten Forderungen entgegenzukommen und insbesondere geschlossenen hierdurch ggf. steigende Produktionskosten an ihre Auftraggeber weiterzugeben.

Für den persönlichen Umgang mit den Standardverträgen der Branche kann man vorerst folgende Lehren aus der besprochenen Entscheidung ziehen:

1. Wir sind für die Verträge, die wir schließen, selbst verantwortlich. Wer also bestimmte Rechte nicht einräumen will, unterschreibt den Gagenzettel trotzdem und streicht zuvor die Klauseln, die ihm nicht passen, durch. Auch können zusätzliche Klauseln handschriftlich eingefügt werden. Beides stellt eine Änderung des Vertrags dar. Dieser Änderung muss der Synchronprodu-

zent dann noch zustimmen. Tut er dies, gilt der Vertrag mit der eingefügten Klausel bzw. ohne die durchgestrichenen Klauseln.

2. Die Namensnennung sollten nicht nur Hauptdarsteller einfordern. Sofern man eine wichtige Rolle in einer Produktion übernimmt, sollte die Klausel, in der auf die Namensnennung verzichtet wird, auf dem Gagenzettel durchgestrichen werden. Rechtlich macht das im Zweifel keinen Unterschied. Denn auch wenn die Klausel nicht gestrichen wird, besteht der Anspruch auf Namensnennung, wenn die Nennung „keinen unverhältnismäßigen Aufwand“ bedeutet. Das wird aus Sicht des Autors nur ganz ausnahmsweise der Fall sein. Erfolgt die Namensnennung dann nicht, wird der Synchronproduzent vertragsbrüchig. Dieses Risiko gehen aber manche ein (siehe oben). Die „ausdrückliche“ Streichung der Klausel hat hingegen insofern Signalwirkung, als dass der Synchronsprecher damit zum Ausdruck bringt, dass er von seinem Namensnennungs-

recht weiß und auf sein Recht bestehen wird. Für die Zukunft wird also gelten: Je mehr Synchronschauspieler auf ihr Namensnennungsrecht bestehen, desto schneller wird die Namensnennung der Sprecher zum Standard. Dann ist zu hoffen, dass diese Nennungen und mit ihnen die Träger der Namen mit den Anliegen ihres Berufsstandes von der Allgemeinheit auch wahrgenommen werden.

Abschließend ist festzustellen, dass auch der juristische Weg ein steiniger ist – aber es hat ja auch nie jemand behauptet, es würde einfach werden. Auch mit diesen Mitteln für unser Recht zu kämpfen, ist essentiell, denn nur so wird klar: Es bestehen Missstände in unserer Branche, die so ernst sind, dass wir gewillt sind, diese anzuprangern, bis sich etwas ändert – auch und gerade vor Gericht.

Timm Neu

Gut zu wissen

Was nicht so alles passiert? Und dann bekommt es kaum jemand mit. Der Hamburger Infodienst „new business“ berichtete am 26. Juli 2008, dass der Medienkonzern ProSiebenSat.1 den TV-Dienstleister Broadcast Text International (BTI) an die schwedische Venture Capital-Firma Valedo verkauft hat, um an frisches Kapital zu gelangen. Moment. ProSiebenSat.1 hat wen verkauft? Den TV-Dienstleister Broadcast Text International. Und das schon nach einem Jahr. Denn erst im vergangenen Jahr hatte sich ProSiebenSat.1 das Unternehmen im Rahmen der Übernahme der skandinavischen TV-Kette SBS Broadcasting einverleibt.

Broadcast Text International hat seinen Sitz in Stockholm und gilt als europaweit agierender Dienstleister für die Synchronisation und Untertitelung von Spielfilmen und TV-Formaten.

Fernsehsender und Firmen aus dem Bereich Home Entertainment würden zum festen Kundenstamm gehören. BTI beschäftigt derzeit knapp 110 Mitarbeiter und verfügt über Niederlassungen in acht europäischen Ländern, darunter London, Brüssel und Amsterdam. Das Unternehmen bietet seinen Synchron- und Untertitelservice in rund 40 Sprachen an und erzielte damit im Jahr 2007 einen Umsatz von immerhin 149 Millionen schwedischen Kronen (das entspricht derzeit etwa 15,7 Millionen Euro). Jährlich werden nach Unternehmensangaben 40.000 Stunden Kino- und TV-Programm sowie DVD-Formate synchronisiert. Ob auch in deutscher Sprache, war leider nicht herauszubekommen. Aber wenn dem so ist, dann kann ja ProSiebenSat.1 für den deutschen Markt ab jetzt wieder zuhause, in Deutschland synchronisieren lassen.

Viele Wege führen nach Entenhausen

Und dort lebt bekannterweise Onkel Dagobert, der einen nicht unerheblichen Teil seines Speichers durch Sparen gefüllt hat. Seitdem wird überall gespart. Auch in den Synchronfirmen, die dafür die verschiedensten Erklärungen haben. Hauptgrund sei die Tatsache, dass die Auftraggeber, also die Verleiher und Fernsehsender den Gürtel enger schnallen mussten bzw. immer noch müssen und deshalb an jeder Ecke knapsen. Auch Spiele der DVD-Markt bei Weitem nicht mehr das ein, was man dort einst verdienen konnte. Bei den Fernsehsendern wird entlassen, zusammengeschlossen, aufgekauft, unrentable „Randaktivitäten“ werden verkauft, alte Serien und Filme zum x-ten Mal wiederholt, Einkaufs- und Produktionskosten gedrückt, gesenkt, eingespart, es wird outgesourct – und zu guter Letzt nutzt man dann auch noch den Dumpingkampf der Synchronfirmen, die (wie alle anderen auch) in diesem bestialischen Haifischbecken überleben wollen.

Zum Sparen hätten einige Fernsehsender allerdings Anlass genug. So hat zum Beispiel der Vorstandsvorsitzende der ProSiebenSat.1 Media AG, Guillaume de Posch, seinen Gesellschaftern KKR und Permira ein Renditeziel von sage und schreibe 30 Prozent versprochen. Und das bei einer derzeitigen Verschuldung des Konzerns von immerhin 3,4 Milliarden Euro (Stand Juni 2008). Auch wenn man über eine Kreditlinie von 4,2 Milliarden Euro verfüge und damit die Liquidität des Konzerns gesichert sei, so wird wohl de Posch die Antwort auf die Frage, wie er diese hohe Rendite erwirtschaften will, schuldig bleiben müssen – de Posch verlässt Ende des Jahres die ProSiebenSat.1 Media AG.

Erste Anzeichen, wie man das Geld in die Kasse bekommen möchte, lassen sich allerdings schon erkennen. So berichtet die Zeitschrift „Werben & Verkaufen“ in ihrer Ausgabe 28/2008, dass man bei den privaten Sendern ab 2009 die Werbekosten erhöhen wird. Diese Verteuerung wird dann bei einigen Sendern „inflationbereinigt“ (hier geht man von einer Erhöhung von bis zu 4 % aus), bei anderen „der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung angepasst“ (orientiert wird sich am Brutto-Inlandsprodukt, was eine Steigerung von höchstens 2 % entspräche) vorstättengehen. Auch ein Erhöhen „leicht über die Inflationsrate im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbe-

reich“ kommt zum Beispiel bei RTL II auf die Werbungtreibenden zu.

Doch die Prognosen sind erst einmal alles andere als optimistisch. Zumindest in der Öffentlichkeit. Denn die aktuelle Inflation auf den Verbraucherpreisen und die steigenden Rohstoffpreise müssen auch als Grund dafür herhalten, dass die Werbeeinnahmen in Zukunft nicht so sprudeln werden wie die Jahre zuvor, was als Folge die Budgets der Fernsehsender nicht ins Unendliche schießen lassen werde. Gewinner sind momentan nur die so genannten kleinen Sender – der Männerkanal DMAX zählt zu den „Überfliegern des Jahres“. Steigende Werbeeinnahmen aufgrund neuer, in den USA sehr erfolgreicher Serien wie „Life“, „Standard“ und „Burn Notice“, die ab dem zweiten Halbjahr ins Programm kommen sollen, sagt man auch VOX voraus.

Die privaten Fernsehsender suchen ständig nach neuen Geldquellen bzw. neuem Sparpotenzial. Wenn das eine nicht zufriedenstellend oder gar nicht funktioniert, dann greift man halt zur nächsten Möglichkeit. Da werden Aktienkäufe getätigt (erst Anfang August hat der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep TMG aufgrund des starken Kursrückgangs der ProSieben-Aktie 12 % der Stimmrechte an ProSiebenSat.1 zu einem vermeintlichen Schnäppchenpreis übernommen, was allerdings, so ganz nebenbei, die Aktie von TMG selbst am 04.08. 2008 um 9,5 % einbrechen ließ), neue Gesellschafter werden gesucht (der 170.000 Abonnenten zählende Pay-TV-Sender Premiere Star konnte den Finanzinvestor Avenue Capital Group gewinnen, der einen 6,5-prozentigen Anteil von der Premiere GmbH & Co. KG erwarb und laut Premiere Star „ein global agierendes Investment Management Unternehmen ist, das ein Vermögen von rund 20 Milliarden Dollar verwaltet“), Marketing-Budget werden erhöht (Premiere wird im zweiten Halbjahr 40 Millionen Euro für Werbung ausgeben, um „Lust auf den Pay-TV-Sender“ zu machen und somit mehr Abonnenten zu gewinnen; Michael Börnicke, Vorstandsvorsitzender von Premiere, hält bei derzeit 3,6 Millionen direkten Kunden (Quelle: Premiere in w&v Nr. 31/2008) 10 Millionen für durchaus realistisch), Arbeitsplätze werden abgebaut (die „Süddeutsche Zeitung“ meldet unter Berufung auf Branchenkreise, dass im Zuge der Errichtung eines neuen digitalen Playout-Centers in München/Unterföhring bei ProSiebenSat.1 weitere 85 Arbeitsplätze abgebaut werden sollen),

ganze Sender werden aufgekauft (der Spielfilm-sender Das Vierte wurde von dem Russen Dmitrij Lesnewskij, der bisher eigentlich eher als Film-Fan galt und in dieser Branche nur wenigen Insidern durch seinen Kreml-kritischen Privatkanal Ren TV bekannt sein dürfte, gekauft) oder es wird schnell mal die Gründung neuer Fernsehsender anvisiert (so plant der US-Medienkonzern Hearst Corporation in Deutschland den Start des Spartenkanals Cosmopolitan TV, der vermutlich im Oktober auf Sendung gehen wird und mit solchen erfolgreichen Serien wie „Grey’s Anatomy“, „Veronica Mars“ oder „Lipstick Jungle“, die als Nachfolgeserie von „Sex and the City“ gilt, die Herzen von Frauen zwischen 18 und 35 Jahren erobern will).

Der Russe Dmitrij Lesnewskij beabsichtigt übrigens, so berichtete die Berliner Zeitung am

30.06. 2008, indem sie den SPIEGEL zitierte, in Das Vierte so viel Geld zu investieren „wie nötig, vielleicht 10 Millionen, vielleicht 40“. Der Sender sei der „Anfang der weltweiten Expansion seiner Mediengruppe“. Er will Das Vierte, das einst mit dem Slogan „Wir sind Hollywood“ angetreten ist, zu einem Vollprogramm ausbauen, mit Eigenproduktionen, Comedy und Nachrichten. Für ihn ist die Filmwelt „viel mehr als nur Hollywood“. Wenn das bedeutet, dass künftig nicht nur alte, sondern auch neue Spielfilme und Serien bei Das Vierte gesendet werden, dann kann wohl auch die Synchronbranche davon ausgehen, dass vom großen Investitionskuchen ein Stück auf ihrem Teller liegen wird. Geld scheint jedenfalls bei den Fernsehsendern ausreichend vorhanden zu sein. Von wem, woher bzw. wodurch auch immer.

Jörg Hartung

Genug ist nicht genug

Die Formel-1-Übertragung hat bei RTL die Pole-Position verloren: Werbungtreibende müssen im deutschen Fernsehen inzwischen bei der US-amerikanischen TV-Serie „Dr. House“ am meisten hinblättern. RTL kassiert für einen 30-sekündigen Werbespot 80.000 Euro, so eine Analyse des Internet-Portals meedia.de. Damit ist die Serie „Dr. House“, von der ab dem 26. August auf RTL neue Folgen ausgestrahlt werden, nicht nur absoluter Spitzenreiter bei den Einschaltquoten, „Dr. House“ führt nun auch noch in Deutschland die Werbe-Preislisten an.

Laut dem TV- und Fernsehserien-Infoportal wunschliste.de belegt „CSI: Miami“ mit Preisen zwischen 73.500 und 76.500 Euro den Platz zwei in der Top Ten der Werbung. Die deutsche Doku-Soap „Bauer sucht Frau“ schafft es immerhin auf bis zu 61.500 Euro. Ein 30-Sekünder während der Formel-1-Übertragung bringe für RTL jetzt „nur“ noch 65.100 Euro, mal abgesehen vom Abschluss-Grand-Prix im November in Brasilien, der mit stolzen 89.700 Euro zu Buche schlagen soll, denn dieser läuft in Deutschland wegen der Zeitverschiebung schließlich zur werbewirksamsten Zeit, der Primetime.

Die anderen großen Sender halten derzeit ordentlich Abstand zu RTL, so wunschliste.de. Die „ARD Sportschau“ komme mit bis zu 55.800 Euro für 30 Sekunden Werbung den Preisen von RTL noch am nächsten. Bei ProSieben und Sat.1 blieben die teuersten Plätze unterhalb von 50.000 Euro, Vox erreiche Tarife von knapp 30.000 Euro, RTL II und kabel eins von etwa 20.000 Euro. Das ZDF verlange den höchsten Tarif für den kurzen Werbeblock zwischen den 19-Uhr-„heute“-Nachrichten und dem Wetterbericht (36.720 Euro an Werktagen).

Und was sagt uns das? US-Serien, Spielfilme und große Sport-Events stehen in den Werbe-Preislisten auf Top-Positionen – und bringen somit den Sendern das meiste Geld. Wohl bemerkt: den Sendern.

Wer kann da eigentlich noch meckern?

Die Münchener Firma Constantin Film AG ließ verkünden, dass das Konzernergebnis für das erste Halbjahr 2008 „im Rahmen der Erwartungen“ lag, obwohl der Umsatz von 110,3 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um knapp 4 Prozent zurückging. Dieser leichte Rückgang erkläre sich, so Constantin selbst, aus der „erwartungsgemäßen“ Abnahme der Erlöse aus TV-Auftragsproduktionen. Mit Eigen- und Co-Produktionen verdiente der Konzern im ersten Halbjahr 85,9 Mio., mit Fremdproduktionen 24,4 Mio. Euro.

Im Bereich Filmverleih haben die Münchner dagegen stark zugelegt: Hier wurde der Umsatz um immerhin 92 Prozent auf 16,5 Mio. Euro gesteigert, was vor allem Filmen wie „Die Welle“, „Asterix bei den Olympischen Spielen“ und „Urmel voll in Fahrt“ zu verdanken sei. Im Bereich Fremdproduktionen nennt Constantin besonders die Erfolge des Films „Step up to the Streets“ und des Polit-Thrillers „Michael Clayton“ mit George Clooney an den Kinokassen als entscheidenden Grund für die positive Bilanz.

Bei aller Rechnerei: Unterm Strich hat sich das Betriebsergebnis der Constantin Film AG im ersten Halbjahr 2008 auf 9,1 Mio. Euro und somit im Vergleich zu 2007 (3,4 Mio. Euro) um satte 170 Prozent gesteigert – in Ruhe nachzulesen unter:

http://www.constantin-film.de/cms/upload/pdf/pressemitteilungen/08202008_-_Constantin_Film_News_-_1._Halbjahr_2008.pdf

Die Redaktion

Timm Neu - Gastautor

Jörg Hartung, Stefan Krause

Iona Otto - Stellvertretende Chefredakteurin

Nicolas Alexander Böll - Chefredakteur

Öffentlichkeitsarbeit

IVS Presseabteilung

030 - 54 78 59 48

oder

via E-Mail unter: presse@ivs-ev.info

IVS e.V.

Hohenzollerndamm 152

14199 Berlin