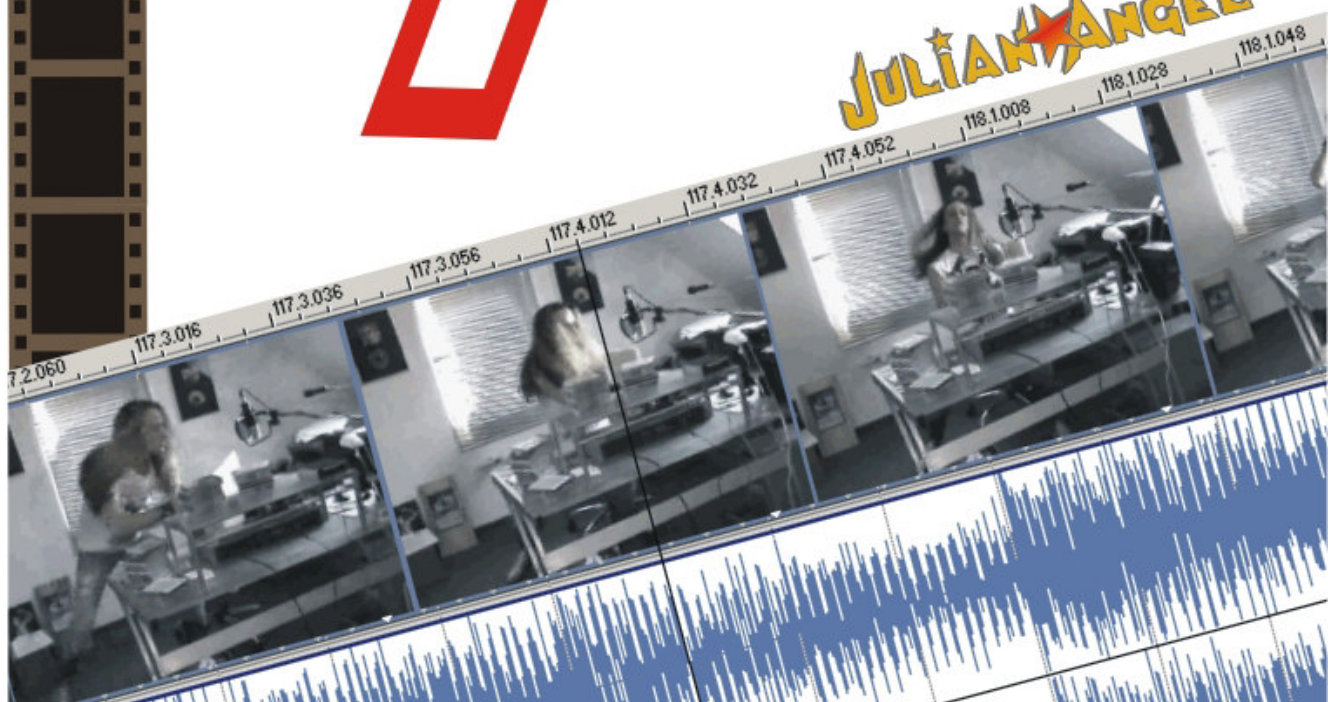


MUSIK FÜR FILM, TV & WERBUNG

ThYNk

SYNC

JULIAN★ANGEL



Über dieses e-Book

In „Thynk Sync“ erläutere ich, basierend auf eigenen Erfahrungen, wie das Geschäft „Musik für Film, Fernsehen, Werbung, Games...“ funktioniert.

Dabei gehe ich zuerst auf den geschäftlichen Teil ein mit allen Beteiligten, Splits, Deals, Gebühren und Tantiemen.

Auch auf die Musik werde ich zu sprechen kommen: Arten von Musik, Produktionsstandards, Länge und Versionen.

Zuletzt schildere ich meine Erfahrungen aus Kontaktaufnahme, Kontaktpflege und dem Aufbau eines Images innerhalb der Branche, um auch gelegentlich ein paar direkte und gezielte Anfragen zu erhalten.

Was qualifiziert mich dazu, das Sync-Geschäft zu erklären?

Ich habe einige Songs in Hollywood Filmen und Trailern platzieren können, unter anderem mit Schauspielern wie Bruce Willis („Once Upon A Time In Venice“), Steven Seagal („A Good Man“), Mickey Rourke („Blunt Force Trauma“), Selena Gomez („Behaving Badly“) und Dolph Lundgren („Ambushed“, „A Certain Justice“).

Hinzu kommen Platzierungen bei überwiegend amerikanischen Fernsehsendern wie CBS, HBO, TLC, FOX, Bravo, Fuse, The History Channel, Animal Planet, BBC, Velocity... und irgendwann sogar auch im WDR...

Nebenher ein Bisschen Werbung für American Express Publishing, Q Music, Weeres Pontoons, Push.ca, Rockzta Fashion.

Etwas Angeberei, die Dir belegen soll, dass ich das Geschriebene auch selbst erlebt habe.

Deine Chancen im Sync-Geschäft

...stehen gar nicht einmal schlecht. Das schöne ist, dass es bei Sync nicht wirklich entscheidend ist, ob Du bekannt bist oder nicht.

Ja, bei Werbespots legen die Werbenden oft Wert darauf, zumindest einen Song einer hippen Underground Band zu nutzen, doch bei (Hintergrund)musik in Filmen und im Fernsehen zählt der Song, nicht die Popularität der Musiker.

In sehr vielen Fällen schwören sich Produzenten von Filmen und TV-Serien und –beiträgen während der Produktion bereits auf ganz bestimmte Songs ein. Am Ende müssen sie jedoch nicht selten feststellen, dass sie für diese Songs keine Nutzungslizenz erhalten bzw. die Lizenzgebühren, die das Label erhebt, ihr Budget übersteigen. Dann suchen sie regelmäßig im Underground Bereich nach „ähnlicher“ Musik von unbekanntem Musikern, die wesentlich günstiger ist – den Musikern aber dennoch ordentliches Geld einbringen kann.

Also, legen wir los....

TEIL 1: DAS SYNC-GESCHÄFT

Sync, Music Licensing

„Sync“ steht für das Synchronisieren von Musik mit bewegten Bildern. Der Begriff „Music Licensing“ basiert auf der Tatsache, dass für die Verwendung von Musik in Zusammenhang mit „bewegten Bildern“ eine Lizenz erworben werden muss – im Normalfall gegen Geld. Darum soll es hier schließlich gehen...

Geldfluss

In der Regel (über Ausnahmen sprechen wir noch) wird zweimal gezahlt bzw. von Musikerseite zweimal kassiert:

1. Lizenzgebühr für die Verwendung der Aufnahme (des „Masters“), diese wird oft

Master License Sync Fee License Fee

genannt. Ja, lass uns gleich im Englischen bleiben...

Diese Gebühr ist gedacht als Entgelt für die Interpreten, Produzenten und, soweit vorhanden, das Label der Musik. Oftmals sind ja Interpret und Komponist verschiedene Menschen.

Kurz: diejenigen, welche die Aufnahme angefertigt haben (und die Rechte daran halten), sollen damit entlohnt werden.

Diese Gebühr wird im Vorfeld der Nutzung vereinbart und entrichtet.

2. Tantiemen bzw. „Performance Royalties“

Ähnlich wie bei Liveauftritten, bei denen der Veranstalter Gebühren an eine Verwertungsgesellschaft (wie z.B. die GEMA) entrichtet, zahlen auch Fernseh- oder Radiosender für die öffentliche Wiedergabe der Musik.

Diese eingetriebenen Gebühren werden, selbstverständlich nach Abzug einer Verwaltungsgebühr, in Form von Tantiemen von der Verwertungsgesellschaft an die beteiligten Komponisten und Verleger ausgeschüttet.

Wird die Musik von einem Sender im Ausland genutzt, so werden die Gebühren von der dortigen Verwertungsgesellschaft eingetrieben, an die jeweilige(n) Verwertungsgesellschaft(en) des oder der Komponisten weitergereicht und dann an sie ausgeschüttet.

Es ist also wichtig, dass Du Dich einer Verwertungsgesellschaft anschließt, um in den Genuss von Tantiemen zu kommen. Mittlerweile sieht es Dir frei, Dich auch einer ausländischen Gesellschaft anzuschließen, z.B. wenn Du in einem bestimmten Land besonders viele Tantiemen erwartest.

Außerdem kannst Du natürlich doppelt kassieren, wenn Du sowohl Interpret als auch Komponist Deiner Musik bist.

3. Cue Sheets

Cue Sheets sind sozusagen die Musikfolgebögen für das Fernsehen. Auf sie will ich hier einmal genauer eingehen, da sie essenziell für die korrekte Zuteilung der Tantiemen sind.

Wenn eine Produktionsfirma einen Film oder einen TV-Betrag produziert, erstellt sie einen Bogen mit sämtlichen die darin enthaltene Musik betreffenden Informationen. Dieser Bogen heißt „Cue-Sheet“ (deutsch etwa „Einsatz-Zettel“) und wird zusammen mit der fertigen Produktion den Sendern übergeben.

Was steht in einem Cue Sheet?

- Titel der Produktion (des Filmes oder Beitrages)
- Name des Senders, Sendedatum
- Titel aller darin enthaltener Musikstücke. Kommen die Stücke mehrmals vor, so wird dies entweder vermerkt oder die Stücke werden mehrfach gelistet.
- Genaue Dauer der einzelnen Musikstücke in Sekunden, wonach sich die Höhe der Tantiemen richtet.
- ISWCs aller Stücke (das sind die weltweit einzigartigen Erkennungs_codes der Songs, die von den Verwertungsgesellschaften bei der Anmeldung vergeben werden, um insbesondere Songs mit gleichen Titeln unterscheiden zu können).
- Namen und CAE/IPI Nummern aller Komponisten sowie die Verwertungsgesellschaften, denen sie angehören. CAE/IPI Nummern sind wiederum weltweit einzigartige Codes, die den Komponisten über ihre Verwertungsgesellschaften zugeteilt werden, um, genau, den einen Max Mustermann vom anderen zu unterscheiden.
- Namen und CAE/IPI Nummern aller an den Songs beteiligter Verlage (in diesem Fall der Music Libraries)
- Angaben zur exakten Nutzung der Musikstücke im Film, z.B. ob der Song als Hintergrundmusik in einer Kneipe läuft oder deutlich im Vordergrund ohne gleichzeitigen Dialog. Demnach wird auch der „Wert“ der Musikstücke durch die Verwertungsgesellschaften festgelegt.

Diese Cue Sheets reicht der jeweilige Sender, der den betreffenden Film oder Beitrag sendet, bei der Verwertungsgesellschaft ein – und zahlt die Rechnung, die er daraufhin erhält.

Mit Hilfe der Cue Sheets kann also sichergestellt werden, dass die Tantiemen die richtigen Leute erreichen.

Die Beteiligten

Es wird insbesondere am Anfang nicht vorkommen, dass Du direkten Kontakt mit Filmproduzenten oder TV Sendern haben wirst. Diesen Kontakt haben allerdings andere hergestellt und über Jahre hinweg gepflegt.

Diese will ich Dir hier vorstellen, damit Du einen Überblick bekommst:

- **Music Supervisor**

Das sind jene Menschen, die sich um das Suchen und Finden passender Musik sowie deren komplette Abwicklung (Erlangen der Nutzungsrechte, Aushandeln der Gebühren) kümmern.

Music Supervisors findest Du bei Filmproduktionsfirmen und TV Sendern, es gibt aber auch sehr viele unabhängige „Supes“, die, als Einzelunternehmer oder in speziellen Firmen, mit der Suche und „Klärung“ (engl. „clearance“) der Musik beauftragt werden.

- **Plattenfirma**

Plattenfirmen halten in der Regel die Rechte an den Aufnahmen („Masterrechte“), da ihnen diese im Rahmen der Plattenverträge zur Verwertung übergeben bzw. eingeräumt wurden. Die Plattenfirma wird am Ende die vorab gezahlte Sync Fee kassieren und gemäß der Vereinbarung im Plattenvertrag anteilig an die Musiker weitergeben.

- **Interpret**

Du, als Interpret, ggf. auch Produzent des Songs (genauer „des Masters“) wirst über die Plattenfirma Deinen Anteil an der Sync Fee bekommen. Im Normalfall sind das 50%.

- **Musikverlag**

Der Verlag wird später, nachdem die Musik z.B. im TV gesendet wurde, als Vertreter der Urheber direkt von der Verwertungsgesellschaft seinen Verlegeranteil in Form von Tantiemen bekommen.

- **Komponisten / Urheber**

Wie auch der Verlag werden die Urheber bzw. Komponisten der Songs nach erfolgter Sendung den Urheberanteil der Tantiemen direkt über ihre Verwertungsgesellschaft ausgezahlt bekommen.

Okay. Jetzt hast Du womöglich (in schlauer Voraussicht?) weder einen Deal mit einer Plattenfirma noch mit einem Musikverlag.

Hier treten jetzt Deine künftig „besten Freunde“ ins Bild:

Music Libraries

Eine „Musikbücherei“ (ich habe es nicht erfunden) ist eine Kombination aus Plattenlabel, Musikverlag und Agentur:

Label

Die Music Library erwirbt die Rechte an Deinen Aufnahmen, so wie es eine Plattenfirma tut. Dies ist notwendig, damit die Music Library Deine Aufnahmen, genau, die Masters, auswerten kann.

Verlag

Ebenso lässt sich die Library von Dir die Verlagsrechte an Deinen Songs einräumen, um nach einer erfolgreichen Platzierung in den Genuss der Verlagstantiemen zu kommen.

Agentur

Ähnlich einer Bookingagentur sucht die Music Library nach „Gigs für Deine Songs“. Sie bietet Deine Musik ihren Kontakten an, reagiert auf konkrete Anfragen und handelt die Lizenzgebühren aus.

Solche Music Libraries bieten Dir sowohl exklusive als auch nicht-exklusive Deals an. Mehr dazu weiter unten.

Lass uns diese Music Libraries zunächst genauer betrachten und in drei Kategorien einteilen:

1. Stock Music Libraries

Ich neige dazu, sie „Billiglibraries“ zu nennen. Websites für Stockphotos nicht unähnlich, lässt sich hier Musik online durch integrierte Suchmaschinen und Filter zielgenau suchen. Nicht selten haben solche Libraries ein Repertoire von über 100.000 Titeln.

Soweit so gut, viele solcher Libraries sind jedoch „unpersönlich“, das heißt ohne namentlich bekannten Ansprechpartner, geführt. Musiker stimmen bei der Registrierung deren Vertrag zu und laden ihre Musik selbst hoch, Kunden kaufen die Musik online, ohne dabei persönlich beraten zu werden.

Viele dieser Libraries bieten Instrumentalmusik für teilweise weniger als 30 Dollar an, in der Regel sind die Musikproduktionen auch an Einfachheit und Sterilität kaum zu übertreffen.

Für manche Musiker lohnt sich dieser Weg dennoch über die Masse, die sie produzieren (täglich ein neuer Song). Wenn ihre Musik dann im TV endet, können durchaus interessante Summen an Tantiemen hereinkommen. Die Konkurrenz ist jedoch sehr groß.

Ein paar wenige dieser Libraries generieren noch ganz passable Nebeneinkünfte. Viele Musiker, die ihrer Songs hier nicht-exklusiv anbieten, tun dies unter Pseudonymen und mit alternativen Songtiteln, um sich die besser zahlende

Kundschaft, die bei hochpreisigeren Libraries kauft, nicht zu vergraulen bzw. von ihr nicht „enttarnt“ zu werden.

2. Music Boutiques / Verlage / »vernünftige« Music Libraries

Der Unterschied ist oft nicht gleich erkennbar. Sogenannte Music Boutiques sind dem Charakter nach auch Music Libraries, weisen aber vermehrt Züge eines „ordentlichen“ Musikverlages auf.

Sie haben im Normalfall persönliche Ansprechpartner, sowohl für Musiker als auch für ihre Kunden. Darüber hinaus sind diese Boutiques wesentlich wählerischer bei der Aufnahme neuer Musik, in manchen Fällen geben sie Dir auch Tips zu bestimmten Songs, z.B. dass ein Mix etwas matschig klingt, oder sie lieber ein kürzeres Intro hätten etc.

Solche Boutiques verfügen zumeist über einen anspruchsvolleren Kundenstamm, der nach Musik sucht, die etwas authentischer klingt als die übliche Stock Music und bereit ist, entsprechend mehr dafür zu zahlen. Ebenso informieren sie ihre Musiker regelmäßig über aktuelle Musikgesuche ihrer Kunden.

Da diese Music Boutiques auch als Verlag auftreten, also den Verlagsanteil der Tantiemen kassieren, sind sie wesentlich stärker bemüht, Musikknutzungen zu überwachen als viele Stock Music Libraries, von denen viele nur die Lizenzgebühr kassieren, während ihnen die anschließende Nutzung der Musik reichlich egal ist.

Hier lohnt es sich also, den persönlichen Kontakt zu vertiefen – worüber wir auch noch sprechen werden.

3. Eine Kreuzung aus beidem

Es gibt auch einige große Music Boutiques, die ihren Kunden voll suchfähige Websites bereitstellen, Musiker ggf. selbständig Musik hochladen lassen, dennoch beiden auch persönliche Ansprechpartner und Berater zur Seite stellen.

Gerade diese „großen Music Boutiques“ oder „persönlichen Music Libraries“ haben Verträge mit Sub-Verlagen („Sub-Libraries“) in den vielen Ländern der Welt – weshalb es genau genommen ausreicht, mit einer Library des gesamten Netzwerkes zusammen zu arbeiten.

DEALS

Als Standard bieten Dir Music Libraries (in diesen Begriff wollen wir nun auch die Boutiques und die Kreuzungen mit einbeziehen) einen 50:50 Split der Sync Fees an. Gelegentlich wirst Du auf Libraries treffen, die etwas großzügiger (70:30 für Dich) oder knauseriger sind (40:60 aus Deiner Sicht). Letztere würde ich meiden, irgendwo hört es sich auf.

Die Verträge sind meist sehr umfangreich (5 bis 10 Seiten). Darin wird überwiegend geklärt, dass Du der Library die Rechte einräumst, sowohl Deine Masteraufnahmen als auch die „darin enthaltenen“ Kompositionen zu nutzen, ihren Kunden zur Nutzung zu überlassen usw. Dies korrekt aufzuführen nimmt einfach viel Platz in Anspruch.

Hinzu kommen Standardklauseln wie Deine Haftung gegenüber der Library, falls Du Deine Songs geklaut oder auch unerlaubt Samples verwendet hast, Zahlungstermine, Gerichtstand usw.

Die Verträge betreffen immer nur (so sollte es jedenfalls sein) Deine Songs, nicht Dich persönlich. Unterschreibst Du also einen exklusiven Vertrag, dann ist der normalerweise so verfasst, dass Du lediglich bestimmte, namentlich gekennzeichnete Songs der Library übergibst, selbst aber nicht ausschließlich an diese Library gebunden bleibst und damit weiterhin auch für andere Libraries Songs schreiben darfst.

Die unter den Vertrag fallenden Titel werden direkt im Vertrag oder separat in einer Liste (die heißt meistens „Schedule A“) aufgeführt, auf die wiederum im Vertrag hingewiesen wird. Gibst Du der Library später weitere neue Songs, so wird meist nur die Liste (Schedule A) ergänzt.

Exklusive und nicht-exklusive Deals

Jetzt aber zu einem wichtigen Punkt. Manche Libraries bieten Dir exklusive Deals an, andere machen das alles nicht-exklusiv.

- **Exklusiv**

Music Libraries, die exklusive Deals anbieten, tun dies in der Absicht, ein einzigartiges Repertoire aufzubauen, das es sonst nirgendwo zu lizenzieren gibt. Diese Libraries arbeiten mit anspruchsvollen Kunden, die ebenfalls an etwas einzigartigem interessiert sind – und, zum Glück, gerne etwas mehr dafür bezahlen.

Exklusiv kann natürlich riskant sein, da Du mit Deinen betreffenden Songs alles auf eine Karte setzt. Kommt es zu einer Platzierung, kannst Du Dich dafür über Lizenzgebühren freuen, die bis zu doppelt so hoch sein können wie die Gebühren, die nicht-exklusive Libraries durchschnittlich erzielen.

Dafür verfügen exklusive Libraries aber in der Regel über ein sehr großes Netzwerk internationaler Subverlage.

- **Nicht-exklusiv**

Wie Du Dir sicherlich gedacht hast, ist Deine Musik bei einem nicht-exklusiven Deal nicht exklusiv an den jeweiligen Verlag bzw. die Library gebunden. Kurz gesagt, Du darfst nebenher mit den betreffenden Songs machen, was Du willst – außer sie exklusiv jemand anderem überlassen, da Du ja sonst den nicht-exklusiven Deal nicht mehr einhalten könntest (was im schlimmsten Fall Ärger mit sich bringt).

Wie gesagt, auch der nicht-exklusive Deal betrifft nur die im Schedule A gelisteten Songs. Selbstverständlich kannst Du mit anderen Songs auch exklusive Deals mit exklusiven Libraries eingehen.

Das schöne an nicht-exklusiven Deals ist die Tatsache, dass Du Deine Songs über mehrere Libraries anbieten kannst und dadurch eine ziemlich große Streuung erreichst, da jede Library ihren eigenen Kundenstamm hat. Die eine mehr im Filmbereich, die andere vermehrt beim Fernsehen usw.

!!! Wie können bei nicht-exklusiven Deals Tantiemen richtig zugeordnet werden ???

Wenn Du Dir jetzt diese Frage gestellt hast, hast Du gut mitgedacht. Wenn wir nämlich davon ausgehen, dass jede Music Library nach einer erfolgten Platzierung auch den Verlagsanteil der Tantiemen einsacken mag – wie soll die zuständige Verwertungsgesellschaft dann wissen, welche Library für welche Platzierung des selben Songs Tantiemen bekommt?

Nehmen wir an, Du hast in einem Anflug von Kreativität den Titel „I Love You“ geschrieben. Diesen gibst Du auf nicht-exklusiver Basis an drei Music Libraries:

Library 1, Library 2 und Library 3.

Jetzt hast Du Glück und alle drei Libraries schaffen es, Deinen Song zu platzieren:

Library 1 in einem Spielfilm

Library 2 in einer TV Dokumentation

Library 3 in einem Werbespot (Mann, hast Du es gut erwischt !!!)

Es würde jetzt ein Interessenkonflikt entstehen. Library 1 und 2 könnten leer ausgehen, weil die Tantiemen allesamt bei Library 3 landen. Die Verwertungsgesellschaft weiß es ja nicht besser, sie hat nur die Meldung erhalten, dass „I Love You“ von Mary Mustermann ziemlich oft gelaufen ist.

Um dieses Dilemma zu umgehen, wenden die Libraries einen simplen, aber effektiven Trick an: sie geben dem Song einen neuen, einzigartigen Namen, um Verwechslungen mit anderen Libraries zu vermeiden.

Das ganze nennt sich **RE-TITLING**.

Dein Song „I Love You“ heißt dann zum Beispiel bei

Library 1 "I Need You"

Library 2 "Stupid Love Song"

Library 3 "I Love You - LIB3"

Die Libraries melden Deinen Song unter dem jeweiligen neuen Namen bei ihrer Verwertungsgesellschaft an und tragen Dich als Komponisten und sich als Verleger ein. So ist gewährleistet, dass die Tantiemen richtig fließen – und Du weißt darüber hinaus, wem und welcher Platzierung Du Deine Tantiemen zu verdanken hast.

Die neuen Namen darfst Du selbst vergeben. Dazu empfehle ich Dir, gewissenhaft eine Liste zu führen, in der Du Deine originalen Songtitel, die Re-Titles sowie die jeweilige Library einträgst. So behältst Du den Überblick und vermeidest, dass Du den selben Titel mehrfach vergibst – so wie ich...

Manche Libraries behalten den originalen Titel bei und stellen ihm ihr eigenes Library-Kürzel vorweg oder hinten an, wie oben im Fall von Library 3. Wie sie das handhaben erklären sie Dir, wenn Du den Vertrag vorgelegt bekommst. Wenn nicht, frag' nach...

Pro und Contra Re-Titling

Re-Titling ist bei vielen Puristen verpönt, da es sich ja immer noch um die gleiche Musik handelt und so weiter. Außerdem wirkt es unglücklich, wenn ein Kunde den gleichen Song mehrfach von verschiedenen Libraries angeboten bekommt. Da er sich dann für die Library mit dem günstigsten Angebot entscheidet, können so die Lizenzgebühren auf lange Sicht in den Keller gehen (aber da sind sie ja bei einigen Anbietern bereits). Dies scheint aber nur sehr selten vorzukommen. Mir und auch den Libraries, mit den ich zusammenarbeite, ist das noch nie passiert.

Dennoch ist Re-Titling für Dich eine coole, sehr musikerfreundliche Lösung, um nicht alles auf eine Karte setzen zu müssen, sondern im Gegenteil Deine Songs auf mehrere Nummern setzen zu können (um das mal mit einem Roulettetisch zu vergleichen).

Registrieren der Songs

Die Registrierung Deiner Songs, bzw. deren Titel, erfolgt durch die Library (bzw. den Verlag, was ja hier ein und das selbe ist). Um sich viel unnötige Arbeit zu ersparen, registrieren viele Libraries die Titel erst dann, wenn sie irgendwo platziert wurden und auch Tantiemen zu erwarten sind.

Musst Du Deine Songs noch einmal gesondert bei Deiner Verwertungsgesellschaft anmelden?

Wenn Deine Library z.B. in den USA ansässig ist und Du Mitglied bei der GEMA bist, wird die Library Deine Songs bei der amerikanischen Partnergesellschaft (von den drei amerikanischen Verwertungsgesellschaften ist das die ASCAP) registrieren (wie oben erklärt mit Dir als Komponisten und sich als Verleger).

Die ASCAP (oder eine andere Gesellschaft in einem anderen Land) wird Deine Tantiemen für Dich kassieren und an die GEMA weiterleiten, ehe Du sie dann von der GEMA ausgeschüttet bekommst – auf Grund des langen Weges mit etwas zeitlicher Verzögerung.

Damit die GEMA Deine Tantiemen Dir auch zuordnen kann, ist es hilfreich, wenn Deine Songs – bei nicht exklusivem Library Deal mit den neuen Re-Titles – auch bei der GEMA gemeldet sind. Schließlich ist die Chance sehr, sehr groß, dass auch jemand anderes einen Song mit dem Namen „I Love You“ geschrieben hat...

Die Registrierung kannst Du selbst vornehmen. Viele ausländische Music Libraries haben aber auch Sub-Verlagsdeals mit deutschen Verlagen, die dann Deine Songs eigentlich für Dich registrieren sollten (passiert leider nicht immer). In diesem Fall kannst Du Deine Library nach dem Namen ihres (deutschen) Subverlages fragen, damit Du diesen bei der GEMA Registrierung angeben kannst.

Und wenn die Songs nicht registriert sind?

Bisher hat es immer recht gut geklappt, dass ich meine Tantiemen anhand meines Namens und meiner IPI/CAE Nummer erhalten habe, falls ein Song warum auch immer nicht noch zusätzlich bei der GEMA gemeldet war. Aber klar, doppelt hält besser!

Okay, cool. Jetzt haben wir alles notwendige über den geschäftlichen Aspekt von Sync und Licensing besprochen. Lass uns dennoch auf ein paar Lizenzarten und andere Begrifflichkeiten eingehen, damit Du im Bilde bist, wenn solche Worte fallen.

- **Needle Drop License**

Aus der guten alten Plattenspielerzeit stammt der Begriff des „Aufsetzens der Plattenspielnadel“. Bei einer Needle Drop License wird also pro Aufsetzen der Nadel eine Gebühr entrichtet.

Das bedeutet, dass der Kunde jedes Mal gesondert zahlen muss, wenn ein Song mehrmals innerhalb einer Produktion vorkommt. Damit soll vermieden werden, dass ein Kunde einen Song mit nur einer Lizenz bis zum Umfallen verwendet – so wie die fünfköpfigen Familien, die sich beim Fast Food Abendessen ein Getränk kaufen und ständig gratis nachfüllen...

- **Blanket License**

Die „Deckenlizenz“ wird vergeben, um einem Kunden sämtliche Nutzungsrechte einzuräumen. Dies geschieht meist umfassend für den kompletten Katalog einer Music Library. Der Vorteil liegt für den Kunden darin, dass er hier nicht jeden Song einzeln klären muss.

Viele im Rahmen einer Blanket License überlassene Songs kommen dabei gar nicht zum Einsatz. Entsprechend niedrig ist auch der Lizenzanteil, der auf jeden einzelnen Song entfällt – wenn überhaupt, denn manche Fernsehsender zahlen keine Masterlizenzen (sie haben sich einfach so entschieden).

In der Regel verwenden Music Libraries die Gebühren aus einer Blanket License, um ihre „operating expenses“, also ihre laufenden Kosten zu decken. Viel ist es normalerweise ohnehin nicht.

Da solche Blanket Licenses fast ausschließlich an TV Sender vergeben werden, können die Songs dennoch einiges an Tantiemen erwirtschaften, wenn es zu einem Einsatz kommt.

- **All-In-Buyout**

Dieser Begriff sorgt regelmäßig für Verwirrung, er wird nämlich oft so verstanden, dass im Rahmen eines Buyouts alle Rechte sowie das Eigentum an Aufnahme und Komposition an den Kunden übergehen.

Das muss aber nicht so sein. Vielmehr bedeuten die Begriffe „all-in“, „buyout“ oder die Kombination aus beiden, dass der Kunde den Song so oft, so lange und in sämtlichen Medien nutzen darf – das genaue Gegenteil der Needle Drop License also.

Ob der Kunde dabei exklusive oder nicht-exklusive Rechte oder gar das Eigentum an der Aufnahme erwirbt, ergibt sich in der Praxis nicht aus dem Begriff alleine, sondern erst aus den individuellen Vertragsbedingungen.

- **Übertragung von Copyright**

Was in vielen Ländern nicht geht, funktioniert zum Beispiel in den USA: das Copyright kann auf eine andere Person (oder Firma) übertragen – oder auch verkauft werden. Diese Übertragung findet im allgemeinen im Rahmen exklusiver Verträge statt, manchmal tatsächlich auch als „Kauf“ für symbolische 1 Dollar, Pfund oder Euro tituliert (wobei das Geld natürlich nicht ernsthaft fließt (hey, it's show business)).

Entgegen der weitläufigen Meinung verkaufst Du dabei aber nicht Deine Seele. Du vergibst lediglich für immer und ewig die alleinigen Rechte, Aufnahme und Komposition auszuwerten, an die betreffende Music Library (bzw. den Verlag, was hier nach wie vor das selbe ist).

Wichtig: Du bleibst weiterhin Komponist und Interpret der Songs und erhältst Tantiemen von Deiner Verwertungsgesellschaft sowie Deinen Anteil an den Lizenzgebühren, welche die Library dafür erhalten hat.

- **Verkauf von allem**

Ja, es gibt es dennoch, dass Musiker Songs schreiben und aufnehmen und für eine einmalige Summe an einen Kunden verkaufen, der dann damit machen darf, was er will, sich sogar als Komponist ausgeben darf. Kommt in der Praxis vor.

So lange aber in Deinem Vertrag steht, dass Du Deinen Anteil an Tantiemen und Lizenzgebühren bekommst, kannst Du abends entspannt ins Bett gehen.

Money Talk – und wie viel gibt es zu verdienen?

Die Antwort wird Dich nicht gleich zufrieden stellen: „Es kommt darauf an“. Die Höhe der Lizenzgeber wie auch die der Tantiemen hängen von verschiedenen Faktoren ab:

Dauer

Es dürfte verständlich sein, dass es für einen Einsatz von 5 Sekunden weniger gibt als für 50 Sekunden.

Art der Produktion

Für alles, was im Fernsehen läuft – und ggf. auf DVD erscheinen wird – zahlen die Kunden mehr als für reine online Geschichten. Werbespots sind finanziell gesehen die Königsdisziplin, auch hier gibt es für TV Spots mehr als für Online Promos oder Messevideos.

Prominenz

Nicht Deine Prominenz, sondern wie markant Dein Song zu hören ist. Für einen Song, der ohne Dialog ganz alleine im Vordergrund eines Filmes läuft, wird mehr Geld gezahlt als für Musik, die in einer Filmszene leise im Autoradio oder in einer Bar läuft, während sich die Darsteller unterhalten.

Budget

Über den Daumen gepeilt verwenden Filmproduzenten +/- 5% ihres Gesamtbudgets für Musik. Darin ist der Auftragskomponist enthalten, der die Scores produziert, ebenso wie alle zusätzlich lizenzierten Songs.

Kunde

Wie so oft und in so vielen Bereichen – manche sind großzügiger, während andere knausern. Nicht zu vergessen manche TV Sender, die keine Sync Fees zahlen, so dass „nur“ die Tantiemen übrig bleiben (die es aber in sich haben können).

Library

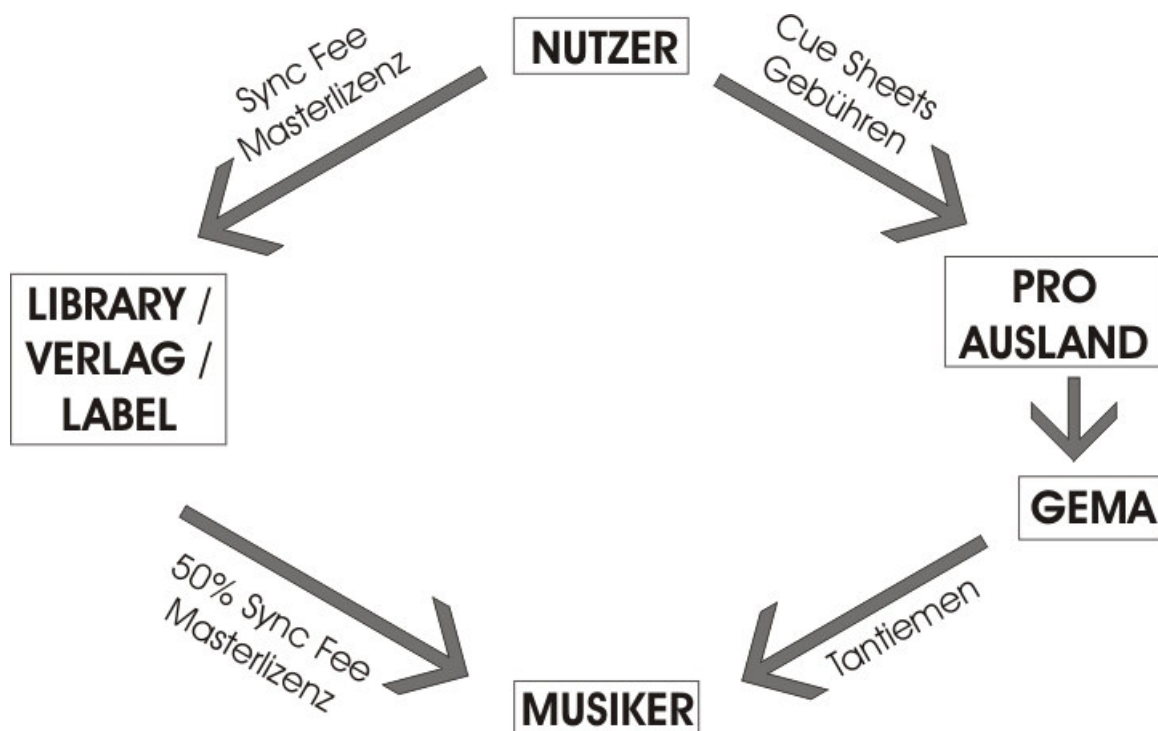
Während die meisten Billig-Stock-Libraries weltweite TV-Lizenzen für niedrige zweistellige Beträge hergeben, verlangen gute Libraries durchaus das 20- bis 100-fache.

Territorium / Medium

Entscheidend ist auch, wo die Produktion mit Deinem Song läuft: TV national (wie groß ist das Land?), TV international, nur online, mit Vervielfältigung auf DVD, on Demand etc.

→ in den meisten Fällen von TV Serien und Filmen lassen sich die Kunden die Nutzungsrechte weltweit, zeitlich unbegrenzt und „in any and all media now known or in the future“ einräumen. Man hat daraus gelernt, als sich Lizenzen aus den Zeiten vor Erfindung der DVD nicht auf dieses neue Medium DVD erstreckt hatten und man dann für manche Songs keine Lizenz mehr erhalten hatte, da viele Rechteinhaber sicherlich auch nicht mehr aufzufinden waren. Deshalb ist bei vielen Fernsehserien auf DVD die Musik geändert worden.

Der Geldfluss



TEIL 2: DIE MUSIK

Endlich machen wir Musik. Hier will ich auf die verschiedenen Musikarten, Anforderungen, Produktionsstandards etc. zu sprechen kommen.

Lass uns gleich einmal zwischen drei Musiktypen unterscheiden:

1. Songs

Ja, wir sprechen von richtigen Songs, so wie Du sie im Radio hörst. Mit Gesang. Richtige Songs – zur Unterscheidung noch einmal: mit Text und Gesang - werden gerne für Werbespots und Filme lizenziert. Mehr dazu gleich in einem extra Kapitel...

2. Production Music

Gemeint ist instrumentale, aber songähnliche Musik, die rein zur Untermalung dient. Bestes Beispiel sind wohl Fernsehdokumentationen. Aber auch in Filmen, Computerspielen, Werbespots und TV Serien finden wir Production Music.

Der Begriff „Production Music“ hat in der Branche einen faden Beigeschmack, da es sich dabei meist um sterilen Schrott handelt, der manchmal schon sehr nahe an die Begleitautomatik eines Billigkeyboards herankommt. Das billigste Beispiel ist wohl die Hintergrundmusik in Sexfilmen.

Music Libraries, die sich davon distanzieren (von schlechter Musik, nicht von Sex), werben gerne mit dem Satz „production music that doesn't sound like production music“. Okay?

3. Scores

Als Scores bezeichnen wir „richtige Filmmusik“, die das Geschehen am Bildschirm eins zu eins verfolgt und dabei Spannung, Gefahr, Romantik, Erwartung und so weiter situationsbezogen musikalisch hervorhebt.

Aber ja, auch in Fernsehserien (vor allem im Unscripted Bereich) finden wir Scores, die dann häufig nicht speziell angefertigt wurden, sondern von Music Libraries stammen.

Legen wir los, um zu erfahren, warum und wofür die einzelnen Musiktypen verwendet werden.

SONGS

Das häufigste Einsatzgebiet für „Songs mit Gesang und Text“ ist im Vordergrund bei Filmen und Fernsehserien. Hierbei findet kein Dialog zwischen den Darstellern statt (und wenn doch, dann handelt es sich lediglich um ein paar spärliche Einwüfe). Das ist verständlich, würde der Gesang mit seinem Text dem gesprochenen Text der Darsteller in die Quere kommen können.

In solchen Szenen werden dann je nach Film über die Dauer von 50 Sekunden oder länger nachdenkliche Menschen mit Liebeskummer, sich auf den Kampf vorbereitende Boxer oder tanzende Menschen gezeigt. Dazu läuft Musik als würde sie im Radio laufen – mit wenigen bis gar keinen Hintergrundgeräuschen.

Auch in der Werbung können Songs zum Einsatz kommen, wenn sie denn eine zum Produkt passende Botschaft transportieren. Und da kommen wir schon zu einem wichtigen Punkt:

Text

Wenn Du Deine Songs speziell zur Verwendung in Filmen (und verwandten Produktionen) schreibst, ist es natürlich schwer abzusehen, worum es im nächsten potentiellen Film gehen könnte. Deshalb ist es ratsam, die Songtexte eher allgemein zu halten. Beispiele? Okay:

Storyteller wie Bruce Springsteen oder Jon Bon Jovi sind schon ziemlich cool. Dennoch sind ihre Geschichten sehr speziell und können nicht auf jeden Menschen und jede Situation umgemünzt werden.

Ein Text wie

„Liebe Elfriede, ich sitze in der Kneipe, in der wir uns zum ersten mal getroffen haben und überlege, wie es Dir und Deinem Hund in New York geht. Fährst Du immer noch dieses rote Auto?...“

würde nur mit sehr, sehr viel glücklichem Zufall in einen Film passen. Die Chance, dass es dort um zwei Menschen geht, die sich in einer Kneipe getroffen haben und von denen eine gewisse Elfriede mit Hund und rotem Auto nach New York gezogen ist, ist eher unwahrscheinlich.

Ein allgemeines

„Wo bist Du? Ich sehne mich so nach Dir, denn ich komme ohne Dich nicht zurecht. Mein Leben ist leer ohne Dich, ich weiß nicht mehr weiter...“

würde dagegen in viel mehr Szenen passen, da hier nur Gefühle, nicht aber konkrete Sachverhalte beschrieben werden.

Weiter geht es mit der...

Struktur

Hier gilt das schöne Motto „don't bore us, get to the chorus“. Vermeide lange, stimmungsgeladene Intros, beschränke die Strophe auf nur einen Vierzeiler (statt die zweite Strophe gleich noch mit dran zu hängen) und packe letztlich das ganze Drama in den Refrain.

Ein Solo oder eine extra Bridge in der Mitte des Songs sind durchaus in Ordnung, da sie für Abwechslung sorgen können. Bei romantischen Songs kann auch ein ruhiger Chorus mit reduzierter Instrumentierung seine Wirkung haben. Die Produzenten werden Deinen Song ohnehin zur Szene passend zurecht schneiden, und vielleicht gefällt ja gerade der ruhige Teil.

Apropos „schneiden“. Du erleichterst das Schneiden Deines Songs, wenn Du bei den Gesangseinsätzen (ebenso wie beim Einsatz von Soloinstrumenten) auf Auftakte verzichtest. Schreibe Deine Parts also vorzugsweise so, dass Dein Gesang frühestens auf die „1“, besser noch auf die „1+“ oder gar erst die „2“ einsetzt.

Warum? Stelle Dir vor, Dein Song besteht aus Strophe – Pre-Chorus – Chorus.

Aus Zeitgründen schneiden die Produzenten den Pre-Chorus heraus. Dieser beginnt aber auftaktig. Somit steht dann in der geschnittenen Fassung zwischen Strophe und Chorus ein sinnloses und deshalb störendes Textfragment. Ich kann Dir versichern, dass Songs nicht verwendet werden, wenn sie sich nicht sinnvoll passend schneiden lassen.

Stil

Der Musikstil hängt natürlich immer vom Charakter des Filmes ab. Spielt er in den 50er Jahren, kommen sicherlich Rockabilly Songs zum Einsatz. Für Biker eignet sich bluesiger Hard Rock, bei Schießereien unter Straßengang verwenden die Produzenten gerne Rap Tracks.

Bei den typischen Teenager-, Romantik- und was-weiß-ich-noch-was-komödien suchen die Produzenten hauptsächlich nach aktueller Musik, was bedeutet, dass Du regelmäßig neue, dem aktuellen Zeitgeist und Soundstandard entsprechende Songs schreiben musst.

Ende

Bei jeglicher Musik, die Du für „bewegte Bilder“ gleich welcher Art anbieten willst, solltest Du auf Fade-Outs am Ende der Songs verzichten. Filmproduzenten suchen eigentlich immer nach klar definierten „harten“ Endungen.

Zusätzlich zu jedem Song solltest Du eine Instrumentalversion mit anbieten. Dazu später mehr, ebenso zur Produktion.

PRODUCTION MUSIC

Sinn und Zweck von Production Music ist es, die bewegten Bilder am Bildschirm oder an der Leinwand zu untermalen bzw. deren Stimmung hervorzuheben. Die Einsatzbereiche reichen von Reisedokumentationen über Sport Highlights bis zu Filmen, Serien und TV Promos.

Da diese Musik überwiegend im Hintergrund stattfindet, sollte sie nicht zu komplex sein, um nicht von einem möglichen gesprochenen Text oder Kommentar abzulenken.

Instrumentierung

Gesang ist hier nicht vorgesehen. Auch Leadinstrumente könnten (Konjunktiv!) schon wieder zu viel des Guten sein. Deshalb bestehen selbst Rock Tracks überwiegend aus Riffs, Leadgitarren kommen bestenfalls mit kleinen Einwüfen vor. Aber hey, natürlich gibt es Ausnahmen – ich fiedle für mein Leben gern!

Aufwendig verkünstelte Arrangements machen natürlich Spaß, allerdings hat hier etwas schlichtes häufig eine bessere Wirkung. Zum einen sollte die Musik nicht zu sehr ablenken, zum anderen muss sie ja noch über zwei winzige Einbaulautsprecher klar erkennbar sein.

Struktur

Viele Production Tracks bestehen lediglich aus einem „A-Teil“. Mit einer A-B-A-B Struktur liegst Du aber stets auf der sicheren Seite. Production Music darf gerne repetitiv sein. Das bedeutet, dass sich die zweite Strophe nicht zwingend von der ersten unterscheiden muss. Du musst auch nicht wirklich darauf achten, dass der Drum Fill zum zweiten B-Teil anders klingt als der zum ersten.

Deine Tracks sollten durchgehend sein, das heißt ohne Breakdowns oder plötzliche Half-Time-Rhythmen, da diese den Fluss unterbrechen und das Stück womöglich im entscheidenden Moment seine Wirkung verliert. Ausnahmen gibt es auch hier.

Wie bei „echten Songs“ freuen sich die Filmleute sehr, wenn sich Deine Stücke gut schneiden lassen. Auch hier solltest Du den Songs klare Endungen geben, also keine Fade-Outs machen.

Die Länge von Production Tracks variiert zwischen 1:00 und 2:30 Minuten. Die etwas gehobeneren exklusiven Libraries wünschen sich meistens Stücke mit einer Länge von 2:00 bis 2:30.

Stil

Definitiv alles. Interessant ist, dass Production Music zwar auch anhand von Stilrichtungen ausgewählt wird, das entscheidende Kriterium ist aber oft die Stimmung, die ein Stück verbreitet. So suchen Produzenten dann beispielsweise nicht nach „Reggae“, sondern nach „karibisch“. Oder nach „urban“ anstelle von „Hip Hop“. Eine Liste mit gängigen Stimmungen und wozu Du sie brauchst gebe ich Dir später noch.

SCORES

Film Scores stellen hier einen wirklichen Sonderfall dar. Denn eigentlich werden Scores speziell zur entsprechenden Filmszene komponiert und produziert. Sie „auf Verdacht“ aufzunehmen und über Libraries für unbestimmte Filmproduktionen anzubieten, gestaltet sich etwas schwierig.

Stell Dir vor, bei Deinem Horror Score kommt bei 0:42 der Höhepunkt – im Film springt der Zombie aber erst nach 0:55 aus dem Gebüsch. Passt nicht.

Aber keine Sorge, es gibt Wege, den Filmproduzenten entgegen zu kommen.

Struktur

Bei Film Scores denken wir immer gerne an Musik in Thrillern und Horrorfilmen, die stetig an Dramatik zunehmen und sich im entscheidenden (!) Moment in einem Höhepunkt entladen.

Die Mehrheit der (fertigen) Scores, die in Form von Production Music angeboten werden, bestehen aber nur aus einem Teil (A-Teil) bzw. Thema, das sich natürlich mehrmals wiederholt. Wenn bei einer Film- oder TV-Produktion eben nicht das Budget für einen Auftragskomponisten vorhanden ist, müssen sich die Produzenten eben mit einem eher „allgemein“ gehaltenen Score begnügen.

Die „Schneidbarkeit“ ist bei solchen Scores wichtiger als bei anderen Musiktypen, von daher kann sich eine klare Struktur sprichwörtlich bezahlt machen, gerade dann, wenn Dein Stück doch aus mehreren Teilen besteht (und vielleicht sogar einen Höhepunkt hat).

Die Länge kann beliebig zwischen 0:30 und 2:30 Minuten liegen.

Stems

Als Stems bezeichnen wir „Sub-Mixes“ oder „Sub-Versionen“ einer Musikproduktion. Dabei wird der Song nicht in einzelne Spuren zerlegt, sondern es werden einzelne Instrumente zu einer Stereospur zusammengefasst:

Zum Beispiel kannst Du alle Percussioninstrumente Deines Scores zu einem Percussion Stem zusammenfassen. Oder Du machst einen Stem nur mit Streichern, nur mit Drums und Bass, ohne Drums und so weiter.

Warum das ganze? Wenn Dein Song dem Filmproduzenten in einzelnen Elementen vorliegt, kann er diese nach Belieben anordnen und zusammenfügen – auf jeden Fall schöner und besser als wenn er den kompletten Mix zerschneiden muss. Wenn beispielsweise Dein durchgehend dramatischer Score zwischendurch einmal ruhig daherkommen soll, kann der Produzent einfach an dieser Stelle den Percussion Stem herausnehmen.

Bei den meisten Music Libraries lassen sich solche Stems als Sub-Versionen oder alternative Versionen mit der Vollversion verknüpfen.

Stil

Bei Scores sind Dir stilistisch wohl am wenigsten Grenzen gesetzt. Die gängigsten Stilistiken oder Stimmungen sind Suspense, Mystery, Drama, Comedy, Quirky, Action, Anticipation, Happy, Pensive, Romantic, Sad, Horror...

Produktion und Qualität

Okay, Du musst Deine fertigen Songs nicht noch einmal neu mischen (lassen), damit sie perfekt fürs Fernsehen taugen. Wenn Du aber Musik mit der klaren Absicht produzierst, sie in Filmen und im Fernsehen zu platzieren, kannst Du ein paar Dinge beachten.

Lieber zu dünn

Im Vergleich zu richtig geil produzierten Alben klingt „Production Music“ immer deutlich dünner. Beschränke Dich dabei auf die wesentlichen Instrumente und verzichte lieber auf Overdubs sowie auf doppelte und dreifache Synthesizerflächen. Denke daran, dass Deine Musik durch winzige Lautsprecher kommt und sich gegen mögliche Sprecher und Nebengeräusche durchsetzen muss. Transparenz ist wichtig.

Weites Stereobild

Bei Production Music ist die Mitte abgesehen von Kick, Snare und Bass weitestgehend frei gehalten, um Platz für Sprecher und Dialoge zu schaffen. Die übrigen Instrumente liegen verhältnismäßig weit außen. Overheads dürfen da gerne einmal bis auf 3:00 oder 9:00 Uhr gedreht werden, Rhythmusgitarren bis an den äußersten Rand.

Bei Stücken mit nur einem Instrument – zum Beispiel Piano – darf dieses natürlich mittig liegen. Dann beachte aber den folgenden Punkt:

1 bis 3 kHz – keep this frequency clear!

Deine Musik sollte im Frequenzbereich von einem bis drei Kilohertz etwas abgesenkt sein. Zum einen kann dieser Bereich, wenn er zu stark präsent ist, leicht in den Ohren klirren, zum anderen liegt hier die Sprachverständlichkeit, die Du den möglichen Sprechern und Schauspielern nicht streitig machen willst.

Oder in einfachen Worten: lass es lieber etwas weniger brillant klingen...

Kompression

Ja, die schöne Dynamik – schieß drauf, hier ist sie nicht erwünscht. Zu harte Akzente mit entsprechenden Pegelspitzen können sich störend durch Dialoge hindurchbohren. Von daher darfst Du Deinen schönen Song gerne ordentlich mit Kompressor und Limiter zusammenstauchen. Natürlich soll die Musik nicht so unnatürlich klingen wie im Radio, wo ein Piano Intro genau so laut ist wie die kurz darauf einsetzende komplette Band. Aber schön „geebnet“ darf es sein.

Low-Cut

Schade, Bässe sind schon cool. Ein Allgemeinrezept gibt es hier nicht, je nach Szene können aber zu viele Bässe wiederum störend wirken, wenn sie sich beispielsweise mit ähnlich tieffrequenten Explosionen und Crashgeräuschen gegenseitig aufschaukeln.

Es schadet also nicht, wenn Du beim Mischen und Mastern weniger an den Subwoofer im tiefergelegten Auto denkst, sondern eher an die bürgerliche Hausfrau, die Du keinesfalls mit einem brutalen Bass erschrecken willst.

„Radioqualität“

Ein oft genannter Begriff hinsichtlich der gesamten Produktionsqualität. Kurz gesagt, solange nichts brummt, dröhnt, klirrt oder matscht, sondern dagegen alles schön transparent klingt, hast Du die Kriterien im Grunde schon erfüllt.

Homerecordingqualität ist hier absolut ausreichend, wenn Du es gut hinbekommst. Mein am häufigsten im Fernsehen verwendeter Song ist derart dilettantisch produziert, den würde ich heute nur noch nach gründlicher Überarbeitung anbieten – was Dir Mut machen sollte.

Versionen

Manche Music Libraries wollen – oder empfehlen zumindest – verschiedene Versionen eines Songs haben. Wenn ich nicht explizit dazu aufgefordert werde, mache ich dies nur bei Scores. Libraries, mit denen ich auf persönlicher Ebene zusammenarbeite, wissen, dass sie mich wegen Instrumentalversionen oder gekürzter Fassungen kontaktieren können.

Die meisten Musikknutzer kürzen die Songs ohnehin selbst, was ihnen unter ästhetischen Gesichtspunkten auch recht gut gelingt. Immerhin können sie sich so exakt die 20 (oder wie viel auch immer) Sekunden herausuchen, die ihnen am besten taugen.

Am besten fragst Du die Library, was sie alles von Dir haben will, sofern das nicht ohnehin schon im Vertrag oder in deren Uploadsystem gefordert wird.

Hier gebe ich Dir einen Überblick über die gängigsten Versionen:

- **Instrumental**
Okay, die Instrumentalversion eines gesungenen Songs würde ich dennoch auf jeden Fall gleich mit anbieten. Bei der Version ohne Gesang würde ich auch ein mögliches Gitarrensolo weglassen – das klingt sonst etwas seltsam.
- **No-Lead Versionen**
Ähnlich der Version ohne Gesang wird hier das Leadinstrument eines Instrumentalstückes weggelassen (da es in manchen Szenen zu sehr ablenken könnte).
- **Stems**
Wie bereits bei den Scores beschrieben, kannst Du auch reine Drum & Bass Versionen, nur Piano, ohne Drums und so weiter anbieten. Wird aber – zum Glück – bei Songs und Tracks nur selten verlangt.
- **30-, 20- und 15-Sekunden Versionen**
Dies sind gängige Zeiten für Werbespots. Den Song so zu schneiden, dass er rund klingt (Anzahl der Takte/Schläge) und noch im passenden Moment ein schönes Ende hat, ist nicht leicht. Du kannst es dennoch versuchen. Natürlich ist es in Ordnung, wenn Du den Song schon zwei Sekunden eher enden und für die verbleibende Zeit ausklingen lässt. Am besten schneidest Du hier nicht am fertigen Master herum, sondern arrangierst den Song in Deinem Recording Projekt entsprechend.
- **Loops**
Versionen, die so geschnitten sind, dass sie in Endlosschleife laufen können, sind durchaus interessant für lange Hintergrundmusiken, die zum Beispiel in Gameshows laufen, während die Kandidaten überlegen, in Dauerwerbesendungen, in DVD Menüs oder wieder in Pornos, wenn der Postbote etwas länger braucht. Da es allerdings schwierig ist, die exakt geschnittenen Teile unhörbar zusammenzufügen (irgendeine Snare o.ä. wird dabei zwangsläufig in ihrem Nachhall beschnitten), setze ich dann eher auf sehr lange Tracks (2:30 bis 3:30 min.), die man an einem Stück, ohne Schnittstelle abspielen kann.
- **Stinger**
Das sind kurze, „Einwürfe“ von drei bis zehn Sekunden Länge, die hauptsächlich zum Trennen zweier Filmszenen verwendet werden. Die Slap Bass Einlagen in der Sitcom Seinfeld sind ein perfektes Beispiel dafür. Einige Libraries wünschen sich Stinger, die auf Deinen kompletten Songs aufbauen bzw. daraus entnommen sind.

Formate

Die gängigsten Dateiformate sind .mp3 (320 kbit/s) und .wav (44.1 kHz/16 bit oder 48 kHz/24 bit). Meistens dient das mp3 zur Präsentation auf der Website der Library, während die wav Dateien in der fertigen (Film)produktion verwendet werden. Also, mach mal beides!

Welches Format die Music Library wünscht, kannst Du erfragen oder (bei den automatisierten Portalen) deren Bedingungen entnehmen.

Achtung – Samples !!!

Wenn Du Sound Samples, Sound Effekte, Drum Samples, Vocal Samples oder Loops in Deinen Tracks verwendest, stelle bitte hundertprozentig sicher fest, dass Du eine entsprechende kommerzielle Nutzungslizenz dafür erhalten hast.

Mit dem Kauf von Sample Libraries erwirbst Du diese Rechte im Normalfall. Gefährlich wird es bei kostenlosen Samples, die Du von bestimmten Websites herunterladen kannst. Neben der Frage nach deren Herkunft solltest Du beachten, ob die Nutzungslizenz auch die kommerzielle Nutzung beinhaltet. Der Satz „für Deine Projekte nutzen“ beinhaltet nicht das explizite kommerzielle Nutzungsrecht.

Alle Deine Geschäftspartner werden sich von Dir schriftlich bestätigen lassen, dass Deine Samples alle „geklärt“ sind, also, dass Du die kommerziellen Nutzungsrechte dafür erhalten hast. Anderenfalls werden sie eventuelle Klagen an Dich weiterleiten.

TEIL 3: ACTION

Okay, jetzt weißt Du, wie das Geschäft funktioniert und hast ein paar Songs oder Tracks auf Lager. Mit Wissen und Musik ausgerüstet suchst Du jetzt ein Zuhause für Deine Babies (hab' ich das nicht schön gesagt? Wenn ja, klicke hier auf „[Like](#)“ – das hast Du nicht wirklich getan, oder? Wie sonst auch, es passiert dabei sehr wenig ☺)

Kontaktaufnahme

Wie und wo findest Du Music Libraries?

Du kannst sie über Deine Liebessuchmaschine online finden. Suchbegriffe wie “Music Library”, “Boutique Music” oder “Stock Music Library“ (die „günstigeren“) liefern Dir ein paar erste Kontakte. Darüber hinaus gibt es verschiedene (legitime) Adressverzeichnisse.

Wie findest Du Music Supervisors?

Auch hier darfst Du Suchmaschinen und Adressverzeichnisse bemühen. In der Internet Movie Data Base (www.imdb.com) findest Du sämtliche bekannten Filme und TV Serien mit den mitwirkenden Schauspielern, Produzenten, Regisseuren und weit unten auch Music Supervisors. Die gefundenen Namen darfst Du wiederum online aufspüren.

Wie findest Du Kontakte zu Filmproduktionsfirmen und TV Sendern?

Siehe oben... Einige TV Sender haben Music Departments, manche Film- und TV-Produktionsfirmen haben eigene in-House Music Supervisors. Finde heraus, welche Firmen hinter gewissen Filmen und TV Serien stehen, indem Du gewissenhaft jeden Abspann in Zeitlupe anschaust oder wieder die Internet Movie Data Base bemühst.

Die ganz großen Firmen akzeptieren jedoch keine unaufgeforderten Zusendungen („unsolicited material“). Zusendungen per Post werden ungeöffnet zurückgeschickt. Wenn Du eine Bewerbungsmail mit Links zu Deinen Songs schickst, meldet sich recht schnell deren Rechtsabteilung und bittet Dich um eine Bestätigung, dass Du ihnen glaubst, niemals Deine Musik angehört zu haben. So schützen sie sich gegen Urheberrechtsklagen deinerseits. Wirkt bedrohlich, ist aber harmlos.

Wie viele Songs brauchst Du?

Die vollautomatischen Music Libraries fragen Dich nicht wirklich, wie viele Songs Du ihnen geben willst. Also, kannst Du dort auch mit nur einem einzigen Song anfangen.

Das ganze Sync Geschäft ist aber ein Zahlenspiel. Je mehr Songs Du im Angebot hast, umso größer sind die Chancen, dass einer davon platziert wird. Je mehr Songs Du platzieren kannst, umso mehr Sync Fees und Tantiemen wirst Du erhalten.

Wenn Du einen Nebenverdienst für Dein fertiges Album suchst, leg einfach los. Lade es bei Music Libraries hoch und kontaktiere ein paar „persönlich agierende“ Libraries – wie genau, beschreibe ich Dir gleich.

Wenn Du aber in den „Production Music“ Markt einsteigen willst, solltest Du mindestens 20, besser 40 fertige Instrumentaltracks für nicht-exklusive Deals anbieten können. Ich habe mir „damals“ ein Repertoire mit 40 Tracks aufgebaut.

Bei exklusiven Deals erwarten Libraries in der Regel ein Album in einer bestimmten Stilrichtung oder zu einem bestimmten Thema mit 10 oder 15 Tracks, wahlweise mit einer Spieldauer von ca. 45 Minuten (Sub-Versionen inklusive). Exklusive Tracks kannst Du für bestimmte Fälle bereithalten, musst es aber nicht. Ich mache exklusive Sachen nur nach Absprache.

Eigene Website

Ich plädiere immer für eine eigene Website mit eigener Adresse – im Gegensatz zu fremden Portalen. Eine eigene Website ist schlichtweg professionell, keine eigene Website zu haben, ist es nicht. Punkt, sorry.

Sortiere Deine Songs auf Deiner Website nach Stilrichtung oder Thema und gib jeder Stilrichtung bzw. jedem Thema eine eigene Seite oder Unterseite.

Deine Songs sollten mittels Audio Playern angehört werden können. Solche Player gibt es z.B. für Wordpress und lassen sich leicht in Websites einbinden. Die Songs zum Download anzubieten, ist keine gute Idee, das sich niemand die Mühe machen will, sämtliche Songs auf Verdacht herunter zu laden, abzuspeichern und dann anzuhören.

Natürlich dürfen Deine Kontaktdaten nicht fehlen.

Auf diese Website willst Du später Music Libraries und Music Supervisors schicken, um sich dort ein Bild Deines Schaffens machen zu können.

Song ID

Sowohl Libraries als auch einzelne Musiker legen über ihre Tracks ein gesprochenes sich wiederholendes (alle 7 bis 10 Sekunden) Audio Tag wie „Demo“, „Preview“ oder ihren Namen, um so den Track für eventuelle unerlaubte Nutzungen unbrauchbar zu machen.

Leider hat es in der Vergangenheit auch Musiker gegeben, die sich durch die Hintertür Tracks anderer Musiker heruntergeladen und die fertigen Teile unter ihrem Namen angeboten haben. Von daher ist so ein Tag eine gute Idee, wenngleich es natürlich aufwendig ist, Deine Songs noch einmal mit solch einem Tag auf einer extra Spur abzuspeichern.

Die Bewerbung per eMail

Bevor Du eine eMail versendest, rate ich Dir unbedingt, ein paar Punkte zu beachten:

1. Finde einen Ansprechpartner!

Natürlich ist es leichter, eine Sammlung mit eMail Adressen ins BCC Fenster zu kopieren und eine allgemeine Rundmail an alle und zugleich niemanden zu schicken. Was passiert? Jeder kann den Braten riechen und schenkt Dir wenig bis keine Beachtung.

Mach Dir stattdessen die Mühe, Dich auf der Website einer Music Library umzusehen. Sehr oft findest Du die einzelnen Mitarbeiter auf der „Über uns“ bzw. der „Team“ Seite.

Suche dort nach Mitarbeitern mit Tätigkeitsbezeichnungen wie A&R (Artist & Repertoire), Music Supervision, Artist Relations oder Catalog Acquisition und deren eMail Adressen.

Auch auf der Kontaktseite stehen manchmal persönliche eMail Adressen der wichtigsten Leute, zumindest aber eine Adresse für „Submissions“ (Zusendungen).

Im Zweifel nimmst Du mit dem Geschäftsführer oder eben doch der allgemeinen eMail Adresse Vorlieb...

2. Schreibe etwas persönliches dazu!

Manchmal ergibt sich die Gelegenheit, dem Empfänger Deiner eMail etwas persönliches zu schreiben. Zum Beispiel, wenn Du zufällig ein Interview mit ihm oder auf der Website der Library einen interessanten Blogartikel gelesen hast. Dann kannst Du Dich gerne darauf beziehen und/oder kurz zu einem Punkt Stellung nehmen.

Hast Du den Kontakt durch einen Film oder eine TV Serie gefunden, gratuliere zur gelungenen Songauswahl, dem letzten Erfolg etc.

Warum? Zum einen ist es nett, zum anderen sieht der Empfänger, dass Du Dich genauer mit ihm bzw. seiner Library befasst hast und nicht irgendein nerviger Massensender bist.

3. Schlage eine Verwendung für Deine Songs vor!

Da ich mich entschieden habe, Heavy Metal zu meinem Steckenpferd zu machen, suche ich bei einer neu gefundenen Library immer zuerst nach Heavy Metal Tracks. Finde ich keine, schlage ich vor, mit meinen Tracks den Metal Bereich zu erschließen.

Gibt es dort bereits Metal, oft in einem „High Energy“ oder „Adrenaline Rock“ Album, empfehle ich meine Tracks als gelungene Ergänzung.

Wenn Du ähnlich vorgehst, kann der Empfänger nicht nur ein weiteres Mal erkennen, dass Du Dich gründlich mit ihm beschäftigt hast, sondern Du schlägst ihm gleich noch einen Nutzen oder Verwendungszweck vor und nimmst ihm so die erste Denkarbeit ab (klar, der ist nicht blöd – aber bedenke, dass Du ihn mit Deiner eMail bei der Arbeit unterbrichst und er gedanklich vielleicht noch woanders ist).

So, und jetzt will ich Dir eine eMail zeigen, wie ich sie an Music Libraries verschicke.
Hinterher gehen wir kurz auf ein paar Punkte ein.

Betreff (nach Gefühl): Your Heavy Metal Guy
oder: Music to punch faces to

Hi John,

my name is Julian Angel, chart-noted composer with Hollywood credits.
Oh yeah.

I have come across [Name der Library] website and realized that you don't have much to offer in the Hard Rock and Heavy Metal genre (at least not according to your search results).

Thus I'd like to introduce myself to you and eventually become your Heavy Metal Guy to solve all your headbanging needs.

Need proof of my work? Here is some (stream-able):

www.meinlink.xy/racing-metal (fast stuff for car racing, chases and extreme sports)
www.meinlink.xy/fighting-music (bone crunching entrance music for fighters)

I have lots of tracks available for non-exclusive use, however, I am also used to producing exclusive material as well as music "on demand" - which often takes me less than 5 hours all the way from scratch per track.

My credits include films and trailers with Bruce Willis, Mickey Rourke, Steven Seagal, Dolph Lundgren and even Selena Gomez. On TV there is CBS, TLC, HBO, BBC, FOX, The History Channel, FUSE etc.

I hope I could strike a chord (no pun intended, no) and look forward to hearing from you about your deal and submission guidelines.

If you would like to talk on the phone, this Friday afternoon would be a good time for me to call you.

Cheerz and thank you for rocking out with me

Julian

- - - - -

Julian Angel

Straße
PLZ, Ort
Land
Festnetz
Handy
eMail
Website

Ich habe mich John also in einem kurzen Satz vorgestellt. Mehr will er nicht wissen. Keine Schulbands, keine Schulen, Diplome oder wie ich schon als Kind in die Haarbürste gesungen habe.

Jetzt kann ich natürlich mittlerweile mit beeindruckenden Referenzen aufkrachen. Wenn Du noch nichts vorzuweisen hast – wie das am Anfang einfach so ist – würde ich Dir sogar empfehlen (das ist meine persönliche Meinung), gezielt darauf hinzuweisen, dass Du frisch und unverbraucht bist (durchaus ein Vorteil), aber (und das ist wichtig) Dich mit den Modalitäten des Sync Geschäftes auskennst.

Dann schreibe ich, warum ich mich an John wende, nämlich um den Heavy Metal Bereich abzudecken oder zu ergänzen. Wenn Du verschiedene Genres bedienst, würde ich dennoch ein oder zwei Genres hervorheben, in denen Du Dich besonders wohlfühlst.

Anstatt der beiden Links die ich hier angegeben habe, kannst Du gerne auch fünf oder mehr Links zu den jeweiligen Genres auflisten. Dein „John“ kann sich dann den interessantesten aussuchen und anklicken. Danach wird er sich ohnehin im Freiflug durch Deine Seite klicken. Wichtig ist, dass Deine Songs streambar sind und nicht erst heruntergeladen und abgespeichert werden müssen.

Die Links sollten jedoch immer zu einem bestimmten Album, nicht zu lauter einzelnen Titeln führen. Gerne kannst Du auch – zusätzlich oder ausschließlich - eine „Best Of“ Sammlung mit einem Überblick über Dein vielfältiges Schaffen (ganz oben in der Linkliste) angeben.

Als nächstes kläre ich John über die Verfügbarkeit meiner Tracks auf. Das, was er hört, kann er nicht-exklusiv haben. Falls er und seine Library aber keine nicht-exklusiven Deals machen, weise ich ihn gleich darauf hin, dass ich auch exklusive Sachen mache (manchmal schlage ich auch direkt vor, ein neues Album mit 10 exklusiven Tracks zu machen), sowie dass ich auch für Auftragskompositionen zu haben bin.

Am Ende bedanke ich mich für John's Zeit und Aufmerksamkeit und sage ihm, dass ich mich freue, von ihm zu hören und mehr über seinen Deal (Vertragstyp, Split etc.) zu erfahren sowie über seine Submission Guidelines (Zusendebedingungen), also in welchem Format und auf welchem Weg er gerne potentielle weitere Songs von mir haben mag.

Damit schlage ich dann bereits eine bestimmte Richtung ein, wie es weitergehen könnte, falls John Interesse hat.

Manchmal kann es helfen, mit „dezentere Aufdringlichkeit“ einen festen Terminvorschlag für ein persönliches Telefongespräch, Skype oder, wenn es nicht zu weit weg ist, ein persönliches Treffen zu machen.

Am Ende meine vollen Kontaktdaten. Einmal, um John freie Wahl bei der Rückmeldung zu lassen, zum anderen, weil es sich einfach so gehört.

Nachhaken

Wenn Du nicht sofort eine Rückantwort erhältst, bedeutet das nicht gleich, dass kein Interesse an Dir und Deiner Musik besteht. Die Leute in diesem Geschäft sind alle unheimlich beschäftigt und Zeit ist generell eher Mangelware. Von daher ist es völlig in Ordnung, wenn Du bei den angeschriebenen Libraries, Verlegern und Music Supervisors nachhakst.

Nach ca. sieben bis zehn Tagen nachzuhaken ist dezent und höflich. Kommt erneut keine Antwort, kannst Du nach weiteren 10 Tagen noch einmal nachhaken. Etwas aufdringlicher ist es, bereits nach drei oder vier Tagen die nächste eMail zu schicken, einige Komponisten haben damit jedoch auch gute Erfolge erzielt.

Manchmal heben sich die angeschriebenen Kontakte Deine eMails auch über längere Zeit auf, um sich dann in einer ruhigeren Phase bei Dir zu melden. Ich habe schon des öfteren erst nach drei bis sechs Monaten eine Rückantwort erhalten. Es gibt ein paar Libraries und Verleger, die zum Beispiel monatlich alle zugesandten Songs durchhören, bewerten und sich dann ggf. bei den Musikern melden.

Kurz gesagt, hab Geduld, aber hilf Deinem Schicksal ein wenig auf die Sprünge.

Hier ein Beispiel für eine „Nachhak eMail“:

Betreff (je nach Gefühl): Der gleiche wie in der ursprünglichen Mail
oder: Checking back: Ursprünglicher Betreff

Hi John,

Julian Angel here again, chart-noted composer with Hollywood credits.
I hope you have been doing fine lately.

I have sent you an email last week (last Tuesday, two weeks ago etc.) to introduce myself and my music to you (see original eMail below).

I am checking in to see if you've already had a chance to listen to my music and review it for potential inclusion in your library.

Here are the links to my music again:

www.meinlink.xy/racing-metal (fast stuff for car racing, chases and extreme sports)
www.meinlink.xy/fighting-music (bone crunching entrance music for fighters)

Enjoy!

I am looking forward to your feedback.

Cheerz and thank you for rocking out with me

Julian

Julian Angel

Straße
PLZ, Ort
Land
Festnetz
Handy
eMail
Website

Formalitäten

Kommt es zu einer Zusammenarbeit, wirst Du einen Vertrag unterzeichnen müssen. Die wichtigsten Punkte liste ich Dir hier auf. Nicht um Dich juristisch zu beraten (das überlasse bitte den studierten Experten), sondern damit Du einen Eindruck davon bekommst, was Du darin vorfinden wirst und Dir nicht die Frage stellen musst, ob das alles normal ist...

Rechte

Damit eine Library Deine Songs anbieten können, musst Du ihnen zunächst das (exklusive oder nicht-exklusive) Recht dazu einräumen. In der Regel geschieht dies weltweit (inzwischen sogar „universal“) und zeitlich unbefristet. Weiterhin erhält die Library das Recht, ihren Geschäftspartnern (Agenten, Subverlegern) die gleichen Rechte einzuräumen.

Werbung

Die Library benötigt von Dir das nicht-exklusive Recht, mit Deinem Namen, Künstlernamen und Foto Deine Tracks zu bewerben. Ebenso lässt sich die Library das Recht geben, Deine Musik zu Werbezwecken auf ihrer Website zur Verfügung zu stellen und auf CDs, DVDs, Festplatten etc. zu vervielfältigen, um sie so ihren Kunden und Partnern zukommen zu lassen. Hierfür verzichtest Du auf etwaige mechanische Tantiemen (außer in Deutschland), die für diese Vervielfältigung anfallen würden. Das halte ich für moralisch in Ordnung, die Library wäre sonst schnell pleite, wenn sie für das Weiterreichen der Musik an Kunden noch Geld bezahlen müsste.

Split

Natürlich wird auch geregelt, welche Anteile wer an den Sync Fees sowie an den Tantiemen erhält. Darüber haben wir ziemlich am Anfang gesprochen. Hierzu kommen die Zeitintervalle, in denen abgerechnet wird.

Editieren und bearbeiten

Da Deine Songs nur ganz selten in voller Länge genutzt werden, müssen sie ggf. geschnitten, geloopt oder gar mit anderen Tracks vermischt werden. Dazu benötigt die Library wiederum Deine Erlaubnis. Trotz allen Editierens und Zerstückelns bleibst Du stets alleiniger Urheber Deiner Songs.

Garantien

Zuletzt garantierst Du noch, dass Du Deine Songideen nicht geklaut hast, keine unerlaubten Samples verwendet hast, sämtliche Mitmusiker, Produzenten oder Manager aus eigener Tasche bezahlt hast oder bezahlen wirst und dass dem Vertragsabschluss nichts im Wege steht, insbesondere keine Forderungen anderer Leute oder Rechtsstreitigkeiten.

W-8BEN

Da die meisten ernstzunehmenden Libraries in den USA ansässig sind, wird man Dich dort bitten, das Formular W-8BEN auszufüllen. Darin kannst Du bestätigen, dass Du Bürger eines Landes bist, mit dem die USA ein Doppelbesteuerungsabkommen haben und somit bei der Auszahlung Deiner Sync-Fee-Anteile keine Quellensteuer einbehalten müssen.

Musik schicken

Wenn alles in trockenen Tüchern ist, kannst Du Deine Tracks der Library übermitteln. Hier haben sie alle ihre eigenen Präferenzen: einige lassen Dich die Songs über ihre Website hochladen, andere richten Dir einen Ordner auf ihrem Server ein, in dem Du Deine Tracks dann mit einem FTP Programm ablegen kannst.

Wieder andere laden sich gerne .zip Dateien von Deinem Server herunter, viele bevorzugen auch Dienste wie WeTransfer oder Dropbox.

Auch bei den Dateiformaten ist von mp3 über WAV zu AIFF alles dabei. Frage nach, wie sie es denn gerne hätten...

Song Info und Tags

Damit die Library Deine Tracks möglichst erfolgreich anbieten kann, müssen Deine Tracks für die interne oder öffentliche Suchfunktion vorbereitet werden.

Dazu werden jedem Track Kriterien wie Genre, Stimmung, Tempo, Nutzungsmöglichkeiten etc. zugeordnet. Bei vollautomatischen Libraries tust Du dies selbst im Zuge des Hochladens oder bei der späteren Bearbeitung.

Persönlich geführte Libraries übernehmen dies entweder selbst nach eigenem Ermessen oder lassen es Dich tun. Dazu schicken Sie Dir ein Spreadsheet (meistens Excel), in welches Du alle betreffenden Songtitel einträgst sowie die Namen der Urheber (nebst ihrem Anteil, CAE/IPI Nummern, Verwertungsgesellschaft), Interpreten, Stimmung, Genre und was sie sonst noch alles wissen wollen. Das macht bei den ersten fünf Tracks richtig Spaß und geht dann schnell auf die Nerven. Muss aber sein.

Dem Thema „Tags“ widmen wir gleich einen extra Punkt.

Tags

Gerade bei den Libraries, bei denen Du selbst Deine Songs hochlädst, wirst Du schnell in Versuchung geraten, Deinen Songs sämtliche zur Verfügung stehende Suchbegriffe zuzuordnen. Bleibe aber den Interessenten sowie der Library zuliebe bei der Wahrheit und gib nicht an, dass Dein Folk Song nach Dr. Dre klingt, nur weil Du Dir dadurch erhoffst, gefunden zu werden.

Bei den Genre-Tags kannst Du so tief wie möglich in die Sub-Genres vordringen (interessant, was es alles gibt). Zu den anderen Tags liste ich Dir ein paar gängige Optionen auf, die Dir einen ersten Eindruck vermitteln sollen.

Stimmung (Mood):

Aggressive, amiable, amusing, angry, anxious, bittersweet, blissful, bouncy, calm, cheerful, confident, confused, cool, dancing, dark, depressed, determined, disappointed, disturbing, dizzy, dramatic, dreamy, easy, ecstatic, eerie, energetic, enraged, epic, excited, exhausted, fiery, flirty, frustrated, fun, funny, funky, futuristic, gloomy, groovy, guilty, happy, hard, haunting, hi-tech, high, hopeful, hot, humorous, hypnotic, industrial, infuriated, intense, irritated, jealous, jubilant, lazy, light, lively, lonely, loved, loving, mad, magic, mechanical, meditative, melancholic, mellow, moody, mournful, mystical, naughty, nerdy, optimistic, passionate, patriotic, peaceful, pessimistic, pissed, playful, pleased, poignant, pompous, positive, proud, quirky, rebellious, regal, relaxed, restless, romantic, rousing, rowdy, sad, satisfied, scary, sensual, sexy, shocked, sick, silly, soft, strange, surprised, suspenseful, sweet, tense, thankful, tired, touched, uncomfortable, urban, volatile, weird, whimsical, witty

Verwendung (Usage) und Stil:

Action, adventure, bollywood, cartoon, chase scene, christmas, comedy, commercial, corporate, crime, crime in progress, documentary, drama, erotic, espionage, family, fantasy, fashion, game show, gangster, gothic, highlight reel, history, hollywood, horror, industrial, infomercial, knights, latin, military, movie trailer, nature, new age, news, oriental, party, pirates, politics, psychedelic, punk, religious, renaissance, road trip, romantic, royal events, rural, safari, science, sci-fi, silent film, slow motion, soap opera, sports, sport news, thriller, time-lapse, tragedy, travel, tropical, vaudeville, video games, weather channel, wedding ceremony, western, world

Song Titel

Auch die Auswahl der Songtitel kann Deine Chancen auf eine Platzierung beeinflussen. Ich lege dabei immer Wert auf zwei Kriterien:

1. Der Songtitel sollte mit einem Buchstaben weit vorne im Alphabet beginnen. Die meisten Suchergebnisse werden nämlich alphabetisch gelistet. Auch auf den DVDs und Festplatten, die Libraries ihren Kunden geben, erscheinen die Songs alphabetisch in den jeweiligen Ordnern.

Im Englischen kannst Du hier leicht ein „A“ oder „Another“ voran stellen, wie z.B. bei „A Mean Headbanger“ oder „A Sweet Little Ballad“ oder „Another Big Beat“.

2. Der Songtitel sollte beschreibend, also selbsterklärend sein. Selbst erfahrene Music Supervisors kennen nicht den speziellen Slang aller Genres. „Got My Mojo Working“ lässt zwar das Herz eines Blues Fans höher schlagen, bei Production Music wäre aber ein banales „Big City Blues“ sinnvoller.

Was geschieht jetzt?

Die Music Library wird als nächstes Deine Songs in ihr System einpflegen, ggf. selbst taggen, auf ihrer Website zum Anhören bereitstellen, ihre Kunden beim nächsten Update darauf hinweisen. Das aktuelle Repertoire wird meist vierteljährlich per DVDs oder Festplatte sowohl an Stammkunden als auch an Subverlage weitergegeben.

Bei den Subverlagen durchlaufen Deine Songs dann noch einmal die gleiche Prozedur. Spätestens jetzt kannst Du erkennen, warum es oft sehr lange dauern kann, bis Deine Songs erhältlich sind, geschweige denn gesucht, gefunden, ausgewählt, platziert und gesendet werden.

Kontaktpflege

Es ist durchaus sinnvoll, in regelmäßigen Abständen von zwei bis drei Monaten bei den Libraries, mit denen Du nun zusammenarbeitest, von Dir hören zu lassen.

Frage nach, ob aktuell bestimmte Songs oder Tracks gesucht werden. So kommst Du hin und wieder an Informationen, die Dir sonst verborgen geblieben wären. Ergibt sich daraus eine engere Kommunikation, wird Dir dies sehr nützlich sein, um die Beziehung zu vertiefen.

Natürlich darfst Du auch nachfragen, ob sie etwas von Dir platzieren konnten. Normalerweise wirst Du in diesem Fall benachrichtigt, was aber bei Blanket-Lizenzen nicht unbedingt der Fall sein muss.

Wenn Dich ein Geschäftspartner um kleine Gefälligkeiten bittet, die nicht viel Zeit in Anspruch nehmen, tu ihm diesen Gefallen. Im Gegenzug kannst Du wieder ein paar Insiderinformationen abgreifen.

So habe ich z.B. andere Musiker empfohlen, die außergewöhnliche Instrumente spielen konnten oder habe für einen amerikanischen Verlag ein Cue Sheet bei der GEMA berichtet. Dafür mögen sie mich dort auch...

Beispiel für eine „Kontaktpflege eMail“:

Betreff: Checking in
oder: Any new music needed?

Hi John,

Julian Angel here, your Heavy Metal guy. I hope you have been doing fine lately. Congratulations on the XYZ placement, by the way.

I am checking in to see if you have any current music needs that I could help you with. I have some time left and could record a few new tracks if you have an immediate need.

Please let me know and I'll start rocking.

Have a great day,

Julian

Julian Angel

Vollständige Kontaktdaten, wie immer...

TEIL 4: ERFAHRUNGEN

In diesem Teil werde ich ein paar Erfahrungen mit Dir teilen, die ich bisher im Sync Geschäft gemacht habe. Du sollst dadurch einen Einblick in das tägliche Geschäft bekommen, damit Du später selbst abschätzen kannst, ob das, was um Dich herum geschieht, noch zum Bereich des Normalen gehört...

Unbezahlte Arbeit

Das Sync Geschäft ist spekulativ. Reinen Songwritern geht es übrigens ähnlich. Du schreibst Musik, nimmst sie auf und weißt noch nicht, ob sie überhaupt jemand haben will. Du baust Dir ein Repertoire auf, in der Hoffnung, dass ein paar Tracks davon Geld einspielen werden. So wird es sein: ein paar Tracks bringen gutes Geld, einige Tracks erwirtschaften ein wenig, der Rest verstaubt.

Auch das ist normal, wenn Du bedenkst, dass bei den Plattenlabels statistisch ein erfolgreiches Album neun Flops trägt.

Ich bekomme oft die Frage gestellt, ob sich der zeitliche Aufwand lohnt. Du wirst natürlich nicht sofort für das Abliefern eines Songs bezahlt. Ob sich der Aufwand gelohnt hat, wirst Du ein paar Jahre später sehen. Sinnvoller als vor der Glotze zu sitzen ist es auf jeden Fall, auf gut Glück mal einen Track aufzunehmen.

Auch die Tracks für exklusive Libraries lieferst Du – zunächst – auf gut Glück ab und hoffst auf Platzierungen mit Sync Fee und vielen Tantiemen. Erst beim zweiten Album, das Du für eine exklusive Library produzierst, kannst Du „vorsichtig“ nach einer Vergütung fragen, die dann mit künftigen Sync Fees verrechnet wird. Je nach Qualität Deines Schaffens sind 200 oder 300 Dollar pro Track realistisch.

Song Briefs

Wenn Du Deine Kontakte gut gepflegt hast und im richtigen Moment anfragst, kann es sein, dass Du von einer Library oder auch einem Music Supervisor allgemeine oder auch ganz gezielte Anfragen weitergeleitet bekommst.

Wird z.B. ein mittelschneller Country Song mit männlicher Stimme und einem ganz bestimmten Textthema gesucht, steht es Dir frei, auf die Schnelle solch einen Song aufzunehmen (wenn Du ihn nicht schon auf Lager hast). Es gibt jedoch keine Garantie, dass Dein Song platziert wird.

Wenn Du aber sonst den Abend daumendrehend vor dem Fernseher verbringen würdest, kannst Du in der gleichen Zeit auch produktiv sein und einen Song aufnehmen. Auch wenn er nicht platziert wird, die meisten Libraries, Verleger oder Music Supervisors werden Dein Können im Gedächtnis behalten und Dich bei weiteren Anfragen wieder berücksichtigen.

Viele Musiker haben sich auf diesem Weg behaupten können. Dazu später mehr.

Es muss schnell gehen (wie immer)

Direkte Anfragen zu bestimmten Songs oder Tracks haben selten eine Deadline, die länger ist als drei Tage. Mein kürzestes waren fünf Stunden für eine Metal Version eines Weihnachtsliedes. Bis Du aber Bescheid bekommst, ob Dein Song platziert wurde, dauert selbstverständlich länger. Sieh zu, dass Du rechtzeitig gute Musik lieferst.

Temp Tracks

Temp Tracks sind temporäre Tracks, welche die Produzenten eines Filmes während des Editierens schon einmal testweise in bestimmte Szenen einfügen. Meistens handelt es sich dabei um sehr bekannte Titel, für welche die Produzenten keine Lizenz erhalten, zumindest nicht für das Geld, das ihnen zur Verfügung steht.

Jetzt haben sie sich aber schon so sehr an diesen Temp Track gewöhnt, so dass sie dann nach einem Song einer weniger bekannten Band suchen, der dem Temp Track in Stil, Stimmung und Tempo ähnlich oder gleich ist, nur eben anders klingt, und deutlich weniger kostet.

Folglich gibt es sehr häufig Song Briefs wie „...song to replace ‚Love In An Elevator‘ by Aerosmith“. In vielen Fällen genügt dann auch nur der entsprechende Ausschnitt eines Tracks. Ist der Temp Track nur 52 Sekunden lang zu hören, kann es völlig ausreichen, wenn Du ebenfalls nur einen Track mit 52 Sekunden Länge aufnimmst. Da sich die Produzenten bereits an den Temp Track gewöhnt haben, ist es psychologisch sinnvoll, etwaige Akzente und Strukturen des Temp Tracks in Deinen Song zu übernehmen.

Bei meinem Song „Surfing Guns“ aus dem Film „Once Upon A Time In Venice“ mit Bruce Willis sollte ich „Misirlou“ von Dick Dale & The Del Tones ersetzen. Dazu die nächste Geschichte...

Surfing Guns oder: der Kunde ist König

Ein Verleger aus Los Angeles beantwortete meine „braucht Ihr momentan etwas?“ Frage. Es galt, den Song „Misirlou“ von Dick Dale (aus Pulp Fiction) zu ersetzen „...for a funny chase scene in a comedy detective movie starring a big name actor“. Ich habe regelmäßig gefragt, sie haben mit dem Namen nicht rausgerückt...

Ich hatte also eine Eingebung, habe den Marshall aufgedreht, Mikro davor, dazu extra mit zwei Raum Mikros eigene Drum Samples aufgenommen, um einen schönen Vintage Sound hinzubekommen.

Der Song gefiel, nur der Marshall erschien ihnen zu matschig, die Vintage Drums nicht prägnant genug. Der 60s Song sollte also einen modernen Sound bekommen. Das war mit meiner Vorstellung von Rock and Roll eigentlich nicht mehr zu vereinen, dennoch habe ich die Zähne zusammengebissen und habe...

... zehn (!!!) Überarbeitungen des Tracks abgeliefert, bis der Verleger ihn für gut genug gehalten hat, um ihn „auf einem Silbertablett zu präsentieren“. Mit jeder Version war ihm etwas anderes aufgefallen, was er geändert haben wollte: Mix, Master, Hi Hat, Gitarre eine Oktave höher, anderer Hall, mehr Hall. Hätte man auch kürzer haben können. Gott sei Dank konnte er mich nicht schreien hören.

Eine Woche war inzwischen vergangen. Danach folgte lange Funkstille. Produzent außer Landes, Produzent findet den Song gut, wartet noch auf die Meinung des Regisseurs. Noch einmal einen Monat später kam dann per eMail die Abrechnung der Sync Fee und der Glückwunsch des Verlegers. Ein Batzen Geld und Bruce Willis als Referenz. Hat sich gelohnt, hätte aber auch anders ausgehen können.

Kunden können sich umentscheiden (und sie tun es)

Es kommt durchaus vor, dass sich Kunden anders entscheiden. Während Du Dich um eine geniale Ambient Nummer bemühst, kann es passieren, dass ein Kunde für die gleiche Szene plötzlich lieber einen langsamen Jazz Track haben will.

Es ist verständlich, dass Du ihm dann den Mittelfinger unter die Nase halten willst. Du bist aber nicht alleine angeschmiert, schließlich gibt es noch eine ebenso genervte Music Library, die handeln muss. Falls Du fähig bist, der geänderten Anfrage nachzukommen, tu es. Die Library wird es Dir danken. Gerade am Anfang, also in den ersten drei bis vier Jahren, bieten sich solche „Gelegenheiten“ an, um bei der Library einen Stein im Brett zu bekommen. Und das zahlt sich später aus. Auch dass ein Film während der Produktion wieder eingestampft wird, kann vorkommen.

Auswahl

Um eine Platzierung in einem Film zu bekommen, hatte mich ein Verleger gebeten, gleich drei Songs abzuliefern (die alle neu, passend zum Temp Track eingespielt werden mussten), um dem Kunden „das Gefühl zu geben, eine Wahl treffen zu können“. Es ging um einen Pop-Punk Song mit Gesang. Der Kunde bekam einen Song nach eigenem Ermessen, einen, der sich exakt am Temp Track orientierte und einen dritten mit einem anderen Sänger und fiktivem Bandnamen. Manchmal ist die berühmte Extrameile entscheidend.

Organisation ist der Schlüssel zum Erfolg

Ich kann nicht glauben, dass ich das sage. Dennoch hilft es Dir weiter, wenn Du gewisse Vorkehrungen triffst, vor allem dann, wenn es wieder einmal schnell gehen muss:

Sortiere Deine Sounds (Synthesizer, Gitarre, Drums...) in entsprechenden Kategorien, damit Du sie bei Bedarf schneller finden kannst.

Du kannst Dir auch gerne Voreingestellte Recordingprojekte abspeichern, also leere Projekte mit voreingestellten Einstellungen in den jeweiligen Instrumentenspuren sowie auf dem Masterkanal. Zwar schaue ich auch immer, dass meine Tracks vielfältig klingen, wenn die Zeit aber äußerst knapp bemessen ist, können solche Templates sehr hilfreich sein.

Halte sämtliche Kontaktdaten befreundeter Musiker bereit, die eventuell an Deiner Produktion mitwirken können (jener Musiker, die schnell reagieren und eigenes Recording Equipment besitzen).

Lege WAV Dateien zu allen Tracks online in einem passwortgeschützten Bereich ab. Verwende ein für alle Songs einheitliches Namensformat. So kannst Du auch wenn Du unterwegs bist möglichen Kunden schnellen Zugriff auf die hochauflösenden Dateien gewähren.

Listen

Lege Listen mit sämtlichen Songs und allen dazu gehörenden Informationen an wie Urheber (und Anteile), ISWC, CAE/IPI, Verwertungsgesellschaft, Tags, bpm, Tonart usw.

Vor allem, wenn Du im Rahmen des Re-Titlings Deinen Songs alternative Titel gibst, wirst Du irgendwann den Überblick verlieren und versehentlich einen Titel doppelt vergeben. Damit dies nicht passiert, kannst Du eine weitere Liste anlegen mit Originaltiteln, den alternativen Titeln und den Libraries, welche die jeweiligen alternativen Titel nutzen.

Damit das Nachhaken erfolgreich wird, legen viele Musiker (ich bisher noch nicht...) Listen an mit Geschäftspartnern, die sie kontaktiert haben, wann sie Kontakt aufgenommen haben, wann nachgehakt werden soll, Gesprächsnotizen etc.

Das komplette Paket

Wenn Du Deine Songs (nach Vereinbarung!) an Libraries oder Music Supervisors schickst, kannst Du ihnen die Arbeit mit Dir leicht machen, indem Du außer den Tracks noch folgendes mitlieferst:

- entsprechende Tags in Deine mp3s integrierst (vor allem Deinen Namen und Deine CAE/IPI, dazu gibt es Software)
- eine Excel Tabelle („Spreadsheet“) mit sämtlichen Informationen zu den jeweiligen Songs
- das Cover Artwork zu den jeweiligen Alben als Grafikdatei
- eine Textdatei mit Deinen vollständigen Kontaktdaten
- ggf. eine aussagekräftige Biographie mit Referenzen

Sortiere die Songs in stil- oder themenbezogenen Ordnern und packe das ganze Paket in einer .zip Datei zusammen.

Dich immer wieder behaupten

Das Sync Geschäft ist spekulativ. Du wirst viele Songs produzieren, die von Kunden am Ende doch abgelehnt wurden. Das macht zeitweise wenig Spaß, doch die Sache hat auch eine gute Seite. Tatsächlich? Deine Verleger, Agenten und Music Supervisors werden Deine Arbeit, Deine Mühe und Dein Können zu schätzen wissen.

Wenn ihnen klar ist, dass Du innerhalb kürzester Zeit sehr gute Musik kreieren kannst, obendrein zuverlässig, professionell und freundlich bist, werden sie Dir auch künftige Anfragen zuspielen, bis Du eine, dann zwei, drei und mehr Platzierungen erreichst.

Betrachte Deine Arbeit trotz Ablehnung als Investition in den Kontakt mit Deiner Library, dem Agenten, Music Supervisor etc.

Und wie viel Geld gibt es dann endlich mal?

Auf zur schönsten Frage, dieser widmen wir eine extra Seite...

Sync Fees

Hier einige ganz grobe preisliche Richtlinien. Diese Preisspannen gelten für die USA und wurden von mir zusammengestellt basierend auf eigenen Erfahrungen, den Rate Cards diverser Music Libraries und in Hinblick auf unbekannt(e) Musiker, Bands und Interpreten. Alle Preise in US Dollar vor dem Split zwischen Library und Musiker. Ich gehe hier von einer Platzierung im Vordergrund und einer nennenswerten Songdauer von 20 bis 50 Sekunden aus.

	Günstig	Realistisch	Teuer
Werbespot Online	200	500	1.200
Werbespot TV	750	2.000	3.500
Film	200 – 500	1.000 – 2.000	3.000 – 5.000
Film Trailer	500	1.000 – 2.000	2.500 – 5.000
TV Serie / Doku	500	1.000 – 1.500	2.000 – 3.000
TV Serie / Doku + DVD/Vertrieb	700	1.500 – 2.500	2.000 – 3.500
Computer Games	100	750	2.000

Ausnahmen bestätigen die Regel. Natürlich gibt es Music Libraries, die eine weltweite TV Lizenz für 20 Dollar erteilen. Manche TV Sender zahlen für reine Production Music auch gar keine Sync Fees oder erwerben den platzierten Song im Rahmen einer Blanket License, bei der auf den einzelnen Song kaum nennenswertes Geld entfällt. Dafür sind dann aber Tantiemen zu erwarten...

Den Hit eines Major Artists lassen sich große Marken für einen weltweiten Werbespot durchaus sechsstelligen Beträge kosten. Ungesigte Musiker können hier Sync Fees zwischen 10.000 und 20.000 Dollar als Glücksgriff bezeichnen.

Gerade bei Filmen, Trailern und TV Serien spielt das gesamte Budget eine Rolle bei der Preisgestaltung. Je nach Produktionsaufwand (z.B. extrem viele Special Effects, Explosionen, kaputte Autos...) entfallen zwischen 3% und 10% des Budgets auf die Musik, 5% erachte ich dabei als realistisch und üblich.

Du siehst, die Sync Fees hängen von vielen Faktoren und nicht zuletzt von der Verhandlungsposition ab. Irgendwo hier liegt die Wahrheit, aber immerhin bekommst Du einen Eindruck, ab wann man Dich über den Tisch zieht, wo Du ansetzen kannst und wann Du größtenwahnsinnig erscheinst ☺

Alle Angaben ohne Gewähr.

Viel Erfolg !!!

So, Du bist durch und hast es geschafft. Ich hoffe, ich konnte Dir einen umfassenden Einblick in das „Sync und Licensing Geschäft“ geben und Dir mit meinem persönlich Erlebten ein Stück weiterhelfen.

Wie Du sicherlich festgestellt hast (und ich meine, es oft genug erwähnt zu haben), erfordert der ganze Spaß sehr viel Arbeit - Arbeit, von der Du nicht weißt, ob sie sich genau so bezahlt machen wird, wie Du Dir das erhoffst. Es ist wie mit Aktien. Du versuchst hier ein wenig, dort ein Bisschen und ein paar Aktien werden an Wert verlieren, während die übrigen – hoffentlich – die Verluste mittragen und Dir obendrein Gewinne bescheren.

Garantien gibt es nicht. Doch die gibt es auch nicht, wenn Du Dich im Proberaum auf den ersten Gig vorbereitest. Womöglich kommen nicht genügend Zuschauer, um davon die drei Monate Proberaummierte zu bezahlen. Aber Du wirst bestimmt mit dem gleichen Programm weitere Gigs spielen und irgendwann in die schwarzen Zahlen gelangen.

Je nachdem, ob Du Dich auf Production Music spezialisieren oder nur nebenher zusätzlich etwas verdienen willst, lohnt es sich am Ende doch, Dich hinzusetzen und Dir ein gutes Repertoire an Songs und Tracks aufzubauen und eifrig Kontakte zu knüpfen. Manche Komponisten produzieren tatsächlich täglich einen neuen Track. Ich weiß, Zeit ist knapp, aber wenn Du Songwriting und Recording dem abendlichen Fernsehprogramm vorziehst oder die eine oder andere sinnfreie Saufftour ausfallen lässt, sollte genug Zeit übrig sein, um ein paar Sachen einzuspielen. Und es darf ja gerne auch „Resteverwertung“ dabei sein. Ungenutzte Beats oder Gitarrenriffs können in einer Music Library durchaus ein neues Zuhause finden.

In diesem Sinne, viel Spaß bei der Arbeit und vor allem natürlich viel Erfolg damit !!!

Julian Angel

Disclaimer

Keine der in diesem eBook / Ratgeber erläuterten Methoden, Sachverhalte oder Ratschläge sind als Rechtsberatung zu verstehen, sie stellen keine Rechtsberatung dar. Der Verfasser ist kein Jurist. Bitte wende Dich an einen Fachanwalt, um eine verbindliche Rechtsberatung zu erhalten.

Dieser Ratgeber erläutert das Geschäftsmodell „Sync / Music Licensing“ und zeigt Wege und Vorgehensweisen auf, die für viele unabhängige, selbstvermarktende Musiker Erfolge gebracht haben. Es gibt jedoch keine Garantie, dass diese Wege und Vorgehensweisen bei jedem Musiker funktionieren, noch können Versprechen hinsichtlich platzierter Songs und/oder finanzieller Gewinne gemacht werden. Manche Marktnischen bieten größeres Potential und mehr Chancen als andere. Ergebnisse können nicht zuletzt auch abhängig von Zeit, Mühe und Geld variieren, welche(s) in die Vermarktung der eigenen Musik investiert werden bzw. wurden.

Genannte Namen, Firmen und Marken dienen lediglich der Information. Der Autor wird von keinem der genannten Namen, Firmen oder Marken gesponsert, noch hat er für die Nennung der Namen, Firmen und Marken eine Vergütung erhalten.

Copyright

Alle Rechte vorbehalten. Die Inhalte dieses eBooks / Ratgebers sind durch internationales Urheberrecht geschützt. Keine unerlaubte Kopie (ganz oder teilweise), Vertrieb, Verleih, Vervielfältigung, Nutzung oder Verkauf. Für den persönlichen Gebrauch bestimmt.