

KLEINE MUSIK-CHECKLISTE FÜR FILMPRODUZENTEN

1. PHASE: VORBEREITUNG

- Bestimmung **Zielgruppe** und potentielle Eingrenzung des Projektes (Film, Serie, Spot) bzgl. Musik (Hörgewohnheiten Zielgruppe etc.)
- **Briefing** mit Regie, Herstellungsltg., Music Supervisor inkl. Absprache inhaltlicher, organisatorischer Kompetenzverteilung und Kommunikationswege.
- Festlegung **Musikrichtung** unter Berücksichtigung der Zielgruppe und der Anforderungen des Projektes/Filmes. Erste Auswahl oder Casting (anhand Vorschlägen des Music Supervisors) eines Score-Komponisten.
- **Musik-Spottingliste** anhand Drehbuch (Aufwand dramaturgische Filmmusik, Eigenproduktion Songs, Nutzung/Lizenzierung Originaltitel und ggf. ON-SCREEN-Musik (an die Backing Tracks zum Dreh denken!).
- **Musikkonzept** unter Berücksichtigung der inhaltlichen Notwendigkeiten, der wirtschaftlichen Eckdaten (Businessplan) und Refinanzierungsmöglichkeiten (Tonträger/Verlag).
- Herstellung eines „**Beispiel-Tonträgers**“ mit Temp-Musiken (existierende Musikbeispiele) zur Positionierung.

2. FILMPHASE: PRODUKTION

- **Kosten** und Vorgehensweise bzgl. der zu klärenden Musikrechte **abstimmen**. Start laufendes Kosten-Controlling.
- Erstellung einer relevanten **Kalkulationsgrundlage** (anhand erster Angebote).
- **Entwicklungsstart** eigens produzierter Musik (Demo-Phase, Künstler - Casting).

- Verhandlung und Abschluss der **Bandübernahme- und Komponistenverträge**.
- Gründung eigener **Musikverlag/ Edition** – soweit noch nicht vorhanden.
- Akquisition **Tonträger-Partner** inkl. Vorverhandlung Musikmarketing Soundtrack.

3. FILMPHASE: POST-PRODUKTION

- **Produktion „eigener“ Songs** entlang möglicher Synergien mit dem Labelpartner (z.B. Interpreten-Beistellung).
- **Copyright Clearance** aller Songs inkl. notwendiger Rechte (Medien, Länder etc.).
- Abschluss des **Longform-Vertrages** für Soundtrack mit dem **Tonträger-Label**.
- Dialog zwischen eigenem **Marketing** und Tonträger-Marketing (Erstellung eines abgestimmten Marketingplans).
- Konzept für **Single- und Videoproduktion**, synchron zur eigenen Kampagne.
- **Titelsong- und Soundtrackvermarktung**, inkl. gemeinsamer TV-, Funk- und Printaktivitäten.
- Finales **Kosten-Controlling** ggf. unter Einbeziehung von Finanzierungsbeiträgen Dritter.
- **Marketingumsetzung** (TT-Auswertung mit Crossmarketing Projekt).