

Drückgebote

Englisch: Lowball Bid

PRODUKTION

Angebot deutlich unter Markttarif — bewusste Strategie von Produzenten oder Auftragnehmern. Signal für Cash-Flow-Probleme oder Preiskampf; seriöse Crews ignorieren das.

Liegt ein Angebot 40 Prozent unter dem Standard-Tagessatz, handelt es sich um ein Drückgebot. Das passiert häufiger als gedacht — besonders bei Low-Budget-Projekten oder wenn Geldgeber kurzfristig abspringen. Der Produzent versucht, die Personalkosten künstlich zu senken, weil das Budget nicht stimmt oder er spekuliert, dass jemand zubeißt. Die Strategie dahinter ist transparent: Werden zehn Kameramänner angefragt und neun sagen nein, schließt sich vielleicht der zehnte an — aus Mangel an Alternativen, weil neue Ausrüstung zu finanzieren ist oder gerade keine Aufträge vorliegen. Produzenten wissen das. Sie kalkulieren bewusst unter Marktpreis ein. Manchmal ist es auch ein verzweifelter Versuch, tatsächlich notwendige Budgets zu retten, wenn Investoren in letzter Minute Mittel streichen. Das rechtfertigt ein Drückgebot nicht, erklärt es aber. Das Signal lesen: Ein Drückgebot zeigt sofort, wie die Produktionswelt dieses Projekts aussieht. Cash-Flow-Probleme? Wahrscheinlich. Respekt vor handwerklichen Standards? Eher nicht. Wenn Produzent und Regie bereits bei der Crew-Budgetierung tricksen, wird auch bei Drehzeiten gemogelt, werden Materialbudgets gekürzt oder die Post-Production unter Druck gesetzt. Das Set, das dabei entsteht, ist strukturell dysfunktional. Was seriöse Crews tun: Ablehnung mit kurzer, höflicher Begründung. Keine Verhandlung starten, kein Gegengebot machen — das signalisiert dem Produzenten nur, dass es einen Preis gibt, bei dem Interesse besteht. Besser: Tagesrate nennen, fertig. Wenn insistiert wird, bleibt die Antwort gleich. In etablierten Produktionslandschaften (ZDF, ARD, größere Produktionshäuser) kommen Drückgebote seltener vor, weil dort Tarifverträge und Branchenstandards gelten. In Independents und bei Streaming-Projekten sind sie alltäglich — dort versucht jeder, die Marge zu quetschen. Ein niedriger Satz ist nicht automatisch ein Drückgebot. Ein Kurzfilm mit ehrlichem Budget oder ein Schüler-Projekt mit realistischem Angebot ist legitim. Ein Drückgebot ist die bewusste Unterbietung, kombiniert mit Ungeduld und dem Druck, schnell zu besetzen. Die Unterscheidung zeigt sich im Gespräch — seriöse Produzenten erklären ihre Budget-Realität; Drücker-Produzenten argumentieren gar nicht erst. Aktuelles Online-Plattformen wie Thumbtack verstärken das Problem der Drückgebote erheblich. Videografen berichten, dass 95% der Aufträge auf solchen Portalen mit unrealistisch niedrigen Preisen kalkuliert werden. In der VFX-Branche hat sich etabliert, Projekte in mehreren Runden zu kalkulieren, um initial zu niedrige Gebote später korrigieren zu können.