

**PROTOKOLL MITGLIEDERVERSAMMLUNG
DER SEKTION WERBUNG**

FREITAG, 08. FEBRUAR 2017
BEGINN: 10.00 UHR
ENDE: 16.00 UHR
ORT: BERLIN

**1. BEGRÜßUNG, ANMERKUNGEN ZUR TAGESORDNUNG,
BESCHLUSSFÄHIGKEIT:**

Tony Petersen begrüßt die Anwesenden und Dr. Martin Feyock stellt die Beschlussfähigkeit der Versammlung fest.
Deliah Wiepking führt das Protokoll.

2. BERICHT DES VORSTANDS UND DER SEKTIONSLEITUNG:

2.1 PERSONALIEN IN DER GESCHÄFTSSTELLE

Deliah Wiepking unterstützt die Geschäftsstelle Hamburg seit September 2016 als Projektkoordinatorin.

2.2 MITGLIEDERZAHLEN

Die Sektion zählt aktuell 65 Mitglieder. Die jüngsten Beitritte sind Digital Strike, Dog Ear Film, Easy does it, Eitelsonnenschein, HMG Mood Mood, Oki Films, Rekorder Film und Wanda Germany.

3. AKTUELLE THEMEN DER MITGLIEDSCHAFT:

3.1 TWF – AUFNAHME VON REGISSEUREN, KAMERALEUTEN, EDITOREN, AUSSTATTER

Dr. Martin Feyock erläutert den aktuellen Stand.

Die TWF steht im Einigungsprozess mit der VG Bild Kunst, im Hinblick auf die Aufnahme von Regisseuren, Kameraleuten, Editoren und Ausstattern. Weitere Verhandlungen wird es im Februar geben.

Regisseure, Ausstatter und Kameramänner müssen innerhalb des nächsten halben Jahres ihre Wahrnehmungsverträge mit der TWF schließen. Die Produzenten wurden aufgefordert, entsprechende freie Mitarbeiter aus o.g. Gewerken zum Beitritt zu motivieren.

2005 – 2011 (für Produzenten) ist fast vollständig ausgeschüttet. Jetzt gilt es ab 2012 bis einschließlich 2015 zu melden.

Rückwirkend für Regie, Kamera, Editoren und Ausstatter kann man ab 2008 einreichen.

Es gibt die Überlegung auch in Verhandlung mit der VG Wort zu treten. Hierüber gibt es aber noch keinen Beiratsbeschluss. In diesem Fall bräuchte man Hilfe aus der Produktion über die Urheber der Skripte.

3.2 STEUERN: GEWERBESTEUER BEI MIETEN / MEHRWERTSTEUER 7% VS. 19%

Gewerbesteuer bei Mieten:

Dauermietverhältnisse (z.B. Auto-Leasing) wurden in der Vergangenheit bei der Gewerbesteuer durch Hinzurechnungen berücksichtigt, was zu einer Erhöhung der Gewerbesteuerbelastung der Filmproduktionen führte.

Mittlerweile ist es aber anscheinend zunehmend so, dass auch u.a. Location- und Equipmentmieten (z.B. Kameraequipmentmiete) für die einzelnen Projekte auch hinzugerechnet werden, was die Gewerbesteuer erhöht.

Falls es zu Problemen hier kommt oder Fragen auftauchen, bittet Dr. Martin Feyock die Mitglieder darum, sich in der Geschäftsstelle München zu melden. Die Kollegen Herr Kreile und Herr Schwarz aus den anderen Sektionen haben bereits Erfahrung damit gesammelt.

7% MwSt. vs. 19% MwSt.:

Werbefilmproduzenten können, wie alle Auftragsproduzenten auch, auf ihre Leistungen gegenüber dem Kunden 7% und nicht mehr 19% MwSt. berechnen. Spätestens seit Gründung der TWF ist die Rechtslage eindeutig: die Werbefilmproduzenten haben Leistungsschutzrechte inne und sollten daher nur 7% MwSt. aufschlagen. Eine kurze Umfrage hat ergeben, dass die Mehrheit weiterhin 19% MwSt. berechnet. Die Steuerbehörde hält diese Unsicherheit hoch. Daher obliegt es dem einzelnen einen Antrag auf 7% MwSt. zu stellen. Bei Spielfilmproduktionen werden 7% berechnet. Hilfestellung gibt es in der Geschäftsstelle bei Dr. Martin Feyock.

-> Hierzu hat Dr. Feyock ein Schreiben verfasst, welches an alle Mitglieder raus geschickt wurde und im Downloadbereich unter www.werbefilmproduzenten.de zu finden ist.

3.3 KVA 2016 VS CMC

Tony Petersen fasst die aktuelle Lage zusammen. Es gibt das Übereinkommen von der Allianz und dem GWA, dass der KVA2016 als Standard KVA eingeführt werden soll. Die einzige, die sich dagegen stellt, ist die BBDO mit Steffen Gentis. Gentis besteht auf den CMC KV von Dadi van Eendenburg, der diesen für 3-Jahreslizenzen verkauft.

Es wird diskutiert, wie man am Besten mit dieser Situation umgehen kann.

Am Ende wird beschlossen mit 44 Stimmen dafür, 2 Enthaltungen und keiner Gegenstimme, dass ab dem 1. April 2017 alle Mitglieder ausschließlich den KVA2016 benutzen. Sollte Gentis nur Aufträge mit CMC vergeben, so muss BBDO Templates kaufen und diese den aufgeführten Produktionen zur Verfügung stellen. Dr. Feyock setzt ein Schriftstück auf, welches dann direkt an die Geschäftsführung der BBDO geschickt wird.

Im Nachgang zur MGV hat der Vorstand beschlossen dieses Schreiben direkt an den GWA zu verschicken also von Verband zu Verband. Die stellvertretende Vorsitzende des GWA, Frau Marianne Heiss ist die Finanzchefin der BBDO und somit die direkte Vorgesetzte von Steffen Gentis.

Das Schreiben erhalten alle Mitglieder als Anlage.

3.4 KVA UPDATE

Aktuell liegt allen Mitgliedern die Version 3 vor. Myriam Zschage stellt das update kurz vor. Sollten Fehler auftreten bitte direkt bei Myriam melden, damit diese behoben werden können. Es gibt die Idee, eine Version zu erstellen mit allgemeinen Vorgabewerten, wer daran Interesse hat, kann sich bei Myriam melden. Ebenso weitere Wünsche, wie zum Beispiel das Optimieren des Schlechtwetter-KV's oder der Installation einer „Markup-Mittelwert-Taste“ werden von Myriam entgegen genommen. In der Zukunft soll noch ein green production sheet ergänzt werden bzw. der „Carbon Film Quote“ Rechner mit unserem KVA verknüpft werden. Momentan stellt sich hier nur die Frage nach der Relevanz, da Kunden den Co2- Ausstoß einer Produktion bisher nicht als Kriterium der Jobvergabe nehmen. Allgemein - der KVA wird viel verkauft, auch ins Ausland.

3.5 SEKTIONS-INFOVERTEILER

-> Nutzung als Werbekanal für Mitgliederveranstaltungen:

die Mehrheit ist dafür.

3.6 EINSICHT IN SERVICE KVA VON KUNDENSEITE

Dr. Feyock schildert den Fall, dass Kunden innerhalb der Pitch-Phase in den Service KVA schauen wollen. Grundsätzlich gibt es hier keine rechtliche Möglichkeit auf die man sich berufen kann, um so einen Wunsch zurückzuweisen.

Der Produzent bietet aber einen pauschalen Gesamtpreis für ein Projekt an in dem der Service KV enthalten ist. Eigentlich sollte der Kunde durch einen Einblick in den Service KV keine weiteren Erkenntnisse gewinnen. Der anbietende Produzent hat dieses Angebot zu verantworten. Die Zahlen in dem Projekt KV können anders aussehen als im Service KV sollte der Produzent gewisse Aufwände anders einschätzt als sein Service Producer. Es besteht die Gefahr, dass Kunden sich die „Rosinen“ raussuchen und den Service KV in der Preisverhandlung instrumentalisieren.

Ob ein Produzent dem Kunden einen Einblick in den Service KV gewährt, muss er letztendlich selbst entscheiden. Er gibt dadurch seine Internas, sein Know How und seine Dienstleister Verbindungen, preis.

Nach Vertragsabschluss und Dreh gibt es für die Einsicht in den Service KV bzw. sonstiger Abrechnungen, keine Verpflichtung mehr.

Bei Bedarf kann Dr. Feyock ein Schreiben aufsetzen, dass sich gegen die Einsicht stellt. Es liegen jedoch auch schon Dokumente zu ähnlichen Fällen im Download-Bereich der Website.

Wir empfehlen unseren Mitgliedern den Kunden keinen Einblick in den Service KV zu geben.

Ebenso empfehlen wir unseren Mitgliedern an keiner Onlineausschreiben teil zu nehmen. Siehe VW Onlinebidding 2015.

3.7 SENSIBILISIERUNG AUF DEN EINSATZ VON URHEBERRECHTLICH BEHAFTETEN REQUISITEN FÜR DREHARBEITEN

Martin Wolff ruft aus gegebenem Anlass dazu auf mit urheberrechtlich behafteten Requisiten sensibel umzugehen. Das betrifft nicht nur Fotos oder Bilder etc, sondern auch Artikel von Markenherstellern wie zum Beispiel die Louis Vuitton Handtaschen oder den Rolls Royce. Diese können nämlich nicht einfach genutzt werden ohne das Einverständnis des Herstellers eingeholt zu haben. Letztlich hängt es aber auch etwas von der Art der Darstellung und der Einbindung der Produkte in den Filmen ab. Sollte es Unsicherheiten geben, kann man sich stets an Dr. Feyock wenden. Ebenso können Rahmenvereinbarungen für eine einheitliche Position über Dr. Feyock abgeklärt werden.

3.8 PRODUZENTENALLIANZ JAHRESBERICHT 2016

Myriam stellt den Jahresbericht vor. Die Geschäftsstelle der Produzentenallianz Berlin wird die bisherigen Daten erneut abfragen. Bitte gern zurückmelden und die vorhandenen Daten bestätigen oder aktualisieren. Bei keiner Rückmeldung werden die Daten des Vorjahres wieder verwendet.

3.9 FORUM WWW.WERBEFILMPRODUZENTEN.DE

Tony stellt das Forum noch einmal vor. Es wird nicht ordentlich genutzt. Die Mehrheit ist dafür das Forum abzuschaffen. Stattdessen wird eine geschlossene Facebookgruppe Namens Werbefilmproduzenten erstellt (passiert nach dem DWP). Hier werden sämtliche Mitglieder miteinander vernetzt.

Alternativ steht die Hamburger Geschäftsstelle für Fragen zur Verfügung.

3.10 CFP-E / YDA

Tony Petersen stellt die aktuellen Entwicklungen beim CFP-E vor. Der CFP-E ist der Europäische Dachverband der Werbefilmproduktions- und Postproduktionshäuser. Den CFP-E gibt es seit 26 Jahren. Der neue Präsident ist Tony Petersen.

Ebenso erläutert Tony Petersen kurz wie es mit dem Young Directors Award weiter gehen soll. Der CFP-E ist nicht mehr offizieller Veranstalter. Der scheidende CFP-E Präsident Francois Schillot wird den YDA als eigene Veranstaltung ohne den CFP-E ausrichten. Einen Hauptsponsor hat er anscheinend bereits gefunden.

Tony möchte wieder mehr Energie in den Award stecken und wird versuchen, dass dieser möglichst bald wieder in den Händen des CFP-E liegt.

An dieser Stelle kommt Steve Davis dazu. Er stellt sich allen anwesenden Mitgliedern vor. Steve Davis ist Geschäftsführer der Advertising Producers Association kurz APA in London.

Er ist gekommen, um über das Problem der zunehmenden Inhouse Produktionen von Agenturen zu sprechen. Davis gibt die Lage in UK wider. Viele Agenturen arbeiten hier unseriös. Das Projekt wird ausgeschrieben und dann aber Inhouse produziert. Die APA hat sich direkt mit einem Brief an die Kunden gewandt und die Missstände offengelegt. Die USA haben dies auch getan.

Man bespricht im Zuge dessen die Probleme in Deutschland dazu.

Man beschließt, dass die Werbefilmproduzenten diese Initiative auch unterstützen.

Tony wird alles schriftlich zusammenfassen und es soll ein offener Brief an GWA und Presse folgen.

Mit diesem Hintergrund schlägt der Verband vor folgenden Satz mit ins Angebot zu schreiben:

Grundlage des Angebots ist die Teilnahme an einer rechtmäßigen Ausschreibung im Sinne eines fairen Wettbewerbs frei von Interessenkonflikten der ausschreibenden Werbeagentur. Das bedeutet, dass kein weiterer Mitbewerber ein mit der ausschreibenden Agentur unmittelbar oder mittelbar verbundenes Unternehmen ist.

3.11 INSTALLATION VON STAMMTISCHEN REGIONAL

Die Mehrheit ist für die Einführung von regionalen Stammtischen. Die Geschäftsstelle Hamburg übernimmt die Organisation.

3.12 AG VISUAL EFFECTS

Myriam schildert das Ergebnis der AG. Das Schreiben „Auftragsbestätigung VFX“ wird es bald geben. Sie bittet darum die AG in Neubesetzung weiter zu führen, um weitere Themen anzugehen.

Martin Herzberg, Thorsten Rutz, Jan Tiller, Justus Engel und Martin Klauer haben sich hierfür gemeldet.

3.13 CANNES BRUNCH

auch in diesem Jahr werden die Werbefilmproduzenten einen Brunch ausrichten. Termin: 22.06.17 ca. 11 Uhr, gleicher Beach. Einladung folgt!

3.14 DEUTSCHER WERBEFILMPREIS

Myriam berichtet. Der DWP findet in diesem Jahr in Hamburg auf Kampnagel statt. Wir haben einen Einreich-Rekord. Es besteht die Überlegung im nächsten Jahr eine Vorjurierung einzuführen. Leider gibt es eine Flut an Filmen, die nicht gut sind und die man der Onlinejury nicht zumuten möchte.

Tickets für die Show können jetzt erworben werden. Unser Award gilt als wichtigster Preis im Bewegtbild.

ZWISCHENTHEMA: KICKBACKS

Tony Petersen fragt, ob dieses Thema tatsächlich wieder aufgetaucht ist. Es wäre ihm zu Ohren gekommen. Es gibt Mitglieder die berichten, dass Agenturen von ihnen eine Rückzahlung erwarten, wenn sie ihnen den Job zuschieben.

Dr. Feyock sagt, dafür könne man verurteilt werden. Beim ersten Mal wäre es eine Bewährungsstrafe.

3.15 AG VELMA LISTE

Die Velma Liste gilt im allgemeinen als Richtlinie für Buyoutwerte. Sie ist nicht mehr zeitgemäß, wird aber dennoch gern als Richtwert herangezogen. Die AG hat sich mit Castern und Produzenten zusammengesetzt, um eine neue Liste zu erstellen. Caroline Matheis (stellvertretend für die relevanten Caster) und Michael Duttenhöfer (stellvertretend für die Mitglieder) erläutern aus ihren Erfahrungen, wie es zu den neuen Werten, Länderabgrenzungen und Buyoutpaketen gekommen ist.

Die neue ausgearbeitete Liste ist als Basis zu sehen und soll keine endgültige Vorgabe sein. Jeder darf individuell entscheiden, ob er sie als Richtwert heranzieht oder nicht. Dennoch soll sie aber am Ende die Velma Liste ersetzen.

Bis Ende Februar können die Mitglieder ihr Feedback an Myriam schicken.

Die neue Liste soll noch mit der GWA abgestimmt werden. Vor der offiziellen Einführung wird es einen Startschuss in Form einer Info-Mail an die Mitglieder geben.

4. VERSCHIEDENES / SONSTIGES

Der Vorstand hat beschlossen die Beitragsordnung zu ändern. Ab 01.01.17 gibt es einen reduzierten Mitgliedsbeitrag (50%) für 1 Jahr für Jungproduzenten.

Das Handbuch - Werbefilme produzieren - wird neu aufgelegt. Das ursprüngliche Buch stammt aus den 1990ern, es muss in die heutige Zeit und Sprache gebracht werden. Alle Aufgaben hierzu sind verteilt. Das Buch soll Ende des Jahres fertig sein. Unter anderem werden die Verantwortungsbereiche zwischen Kunde, Agentur und Produktion neu definiert, Standards mit der GWA vereinbart und Production Specs vorgeschlagen.

Das Thema Nachhaltigkeit wird diskutiert.

Im Großen und Ganzen einigt man sich darauf, kein Zertifikat für nachhaltiges produzieren zu erarbeiten und auszustellen. Myriam appelliert vielmehr, dass ressourcenschonende Produktionsmethoden in der Filmherstellung jedem von uns am Herzen liegen sollten und der Verband gerne Vorreiter in Sachen „green production“ sein darf.

Die Filmförderung Schleswig-Holstein hat eine Checkliste / GreenProduction Sheet hierzu erstellt, die man nutzen kann. Die Geschäftsstelle bleibt an dem Thema dran.

Hand out Beak Street Bugle - Tony Petersen erläutert worum es geht. Er hat einen Teil des Schreibens ins Deutsche übersetzen lassen. Da er die Ausdrücke vergessen hat, wird er das Schreiben per Email nachträglich verschicken.
(ist bereits geschehen!)

Mit Hilfe des Verbandes und der steigenden Mitgliederzahl erhofft man sich eine stärkere Grundhaltung.

Gründung AG Geht wählen!

Jan Dressler möchte eine Kampagne entwickeln, die die junge Generation dazu bringt wählen zu gehen und alle anderen auch, die Stimme für eine freie Demokratie zu erheben. Man diskutiert spontan. Erste Ideen werden entwickelt.

Der AG beigetreten sind:

Jan Dressler, Frank Siegel, Fabian Heine, Torsten Eichten, Burak Heplevent, Michael Duttenhöfer, Nani Meimeth, Stephan Vens, Annabell Jahnke, Phillip Detterer.

Die Geschäftsstelle Hamburg unterstützt.