

## PROTOKOLL MITGLIEDERVERSAMMLUNG DER SEKTION WERBUNG

**DONNERSTAG, 04. April 2019, BALDON – Böttgerstrasse 16 – 13357 Berlin-Wedding**

Beginn: 10.00h

Ende: 15.40h

### **1. Begrüßung**

Martin Wolff begrüßt alle anwesenden Mitglieder und Dr. Martin Feyock stellt die Beschlussfähigkeit der Versammlung fest.

Martin Wolff benennt und begrüßt auch die neuen Mitglieder:

Zauberberg, Sixtysevenpictures, Stereo Films, Anqer, Zeitsprung Commercials, Bepic Studio und aktualisiert die neue Mitgliederzahl auf 86 – Stand April 2019.

Ulla Vogel führt das Protokoll.

Es folgt eine Vorstellungsrunde, in der jeder aufsteht und seinen Namen und die Produktion nennt, für die er arbeitet.

Danach stellt Myriam Zschage den Fachanwalt Dr. Ralph Oliver Graef vor, der einen Vortrag zum Thema „Things go wrong - unwesentliches Beiwerk und andere Fallen bei Werbefilmproduktionen“ hält - diesen fügen wir Euch als Anlage bei und hinterlegen ihn auch im Download-Bereich.

### **2. Bericht des Vorstands und der Sektionsleitung**

2.1 Entwicklung der Mitgliederzahlen - s.o.

2.2 Neue Personalien:

Ulla Vogel ist neue Projektleiterin in der Geschäftsstelle Hamburg und ergänzt das Team um Myriam Zschage und Tony Petersen.

Alex von Wasielewski von DOG EAR FILMS aus Berlin ist als sogenanntes kooptiertes Mitglied neu im Vorstand, um auch den Impuls der neuen, jungen Produktionen vertreten zu können - auf jeden Fall bis zur nächsten MGV im Herbst 2019, wenn neue Vorstandswahlen anstehen.

Tony Petersen ruft die anwesenden Mitglieder auf, zu überlegen, ob er/sie sich zur Wahl aufstellen lassen möchte.

### 2.3 Nachlese DWP 2019

Myriam Zschage berichtet vom diesjährigen DWP auf Kampnagel in Hamburg, der ausschließlich positives Feedback bekommen hat.

Es waren insgesamt fast 700 Gäste bei Verleihung und der anschließenden Party.

Myriam bestätigt, dass der DWP 2020 auch wieder in Hamburg auf Kampnagel stattfinden wird. Der Termin wird der 27.03.2020 sein.

Außerdem erläutert sie kurz, dass es nach 6 Jahren an der Zeit ist, den Wettbewerb auf einen Prüfstand zu stellen, da das theoretische Regelwerk in der Praxis manchmal an Grenzen stoßen lässt. Daher gibt es die Idee einer außerordentlichen Mitgliederversammlung der DWA, um die Einreichung, Jurierung und Nominierung zu evaluieren und ggf. zu modifizieren.

Diese außerordentliche MGV soll voraussichtlich am 06. Juni 2019 in Berlin stattfinden von 16-19h mit anschließender Einladung zu einem Dinner oder Rooftop Drink. Information hierzu folgt.

### 2.4 Nachlese Workshop Steuerrecht

Dr. Martin Feyock berichtet kurz über den am 03. April 2019 in Hamburg statt gefundenen Steuerrechtsworkshop.

Gemeinsam mit dem Steuerberater Ralph Homuth wurde über die Themen §50a EStG, Sozialversicherung sowie Gewerbesteuer gesprochen. Die Präsentation ist ebenfalls als Anlage anbei.

Des Weiteren erfolgen Empfehlungsschreiben des Verbandes zu diversen steuerrechtlichen Themen (Stichwort: 50a auf Serviceproduktion, Archivmusik und Stockmaterial; unständig Beschäftigte etc.).

Generell bittet Dr. Martin Feyock darum, dass den Steuerberatern der einzelnen Mitgliedsfirmen die Informationen zu § 50a EStG Steuerrecht weiter geleitet werden.

### 2.5 Tätigkeiten der Sektion im letzten halben Jahr

- AG Regie-Agenten

Tony Petersen berichtet vom Treffen am 03.04.2019 in Berlin, an dem leider nur zwei Regieagenten (Angelika Ruhe von Ruhe Management und Natalie Winkler von NO Agency) teilgenommen haben. Außerdem dabei waren Vertreter aus dem Dir Sales Bereich von Produktionen und Producer.

Fazit aus dem Treffen ist, dass die Handlungsempfehlungen des Verbandes leicht überarbeitet werden (Tony Petersen / Ulla Vogel) und dann auch allen zur Verfügung gestellt werden sollen.

Allgemein geht es um mehr Kommunikation und Austausch - auch um mehr Wertschätzung für den Status der Regieagenten. Dieser Punkt wurde bei dem Treffen

sehr deutlich gemacht und damit verbunden, dass gerade mehr Kommunikation wünschenswert ist.

Dies betrifft vor allem die immer wieder vielen Anfragen an Regisseure und das Blocken von Terminen. Sollte es dann nicht zum Pitch/Call oder bestenfalls zur Auftragsvergabe kommen, wird oft von Agentur- und Produktionsseite nicht abgesagt.

Außerdem wäre es wünschenswert, bei Anfragen mehr Informationen weiter geben zu können (Budgetvorgabe, wie viele Produktionen sind im Pitch etc.), was natürlich auch eine gute Kommunikation zwischen Produktion und Agentur voraussetzt.

Weitere Infos folgen.

Es folgt ein kurzer Diskurs zur Thematik Julia Fröhlich.

Julia Fröhlich hat ihr Geschäftsfeld deutlich ausgeweitet. Neben ihrer Künstleragentur hat sie unter anderer Firmierung eine Beratung etabliert für den Kunden Ferrero - mit der Konsequenz, dass sie bei Ferrero-Projekten bei PPM's und auf Drehs erscheint. Darüber hinaus begleitet sie Pitches als Beraterin und kümmert sich auch um den Einkauf von nachlaufenden Rechten von Künstlern. Das sehen viele Kollegen kritisch. Es könnte auch ein Thema für die Compliance-Abteilung bei Ferrero sein.

Es wurde beschlossen, die Entwicklung im Beziehungsgeflecht Julia Fröhlich/Ferrero weiter zu beobachten.

- AG Kreativ-Ranking

Die Sektion Werbung hat in Kooperation mit der HORIZONT das Kreativranking auf Basis eigener, festgelegter Kriterien wieder neu aufgelegt. Es wurde ein Punktesystem erarbeitet und die relevanten Wettbewerbe für Bewegtbild herausgefiltert. Die Mehrheit der Produzenten wollte nicht nur auf das Umsatzranking „reduziert“ sein, sondern durch ein Kreativranking sollte die gesamte Schaffensleistung des Werbefilmproduzenten abgebildet werden.

Das Kreativranking wurde im September 2018 auf Horizont und W&V veröffentlicht. Innerhalb der Mitgliedschaft des Verbandes gab es daraufhin eine Diskussion / Debatte, die die Notwendigkeit aller Rankings (auch Umsatzranking) in Frage stellte.

Myriam Zschage berichtet über das Treffen der AG Kreativ-Ranking (Jan Fincke, Christiane Dressler, Pacco Nitsche, Daniela Strasser, Andrea Roman-Perse, Tony Petersen, Bärbel Unckrich und Myriam Zschage) welches zum Ziel hatte, über eine Optimierung des Kreativrankings, der Bewertungskriterien selbst sowie der Berichterstattung darüber zu reflektieren.

Folgende Optionen wurden zur Diskussion gestellt:

Option 1: Der Verband als alleiniger Absender

- Der Verband erarbeitet das Kreativranking ohne Kooperationspartner mit der Presse
- das hätte den Vorteil, dass wir unsere eigenen Regeln aufstellen können (z.B. nur Mitgliedsfirmen nennen, keine Inhouse-Produktionen aufführen etc.)
- Nachteil: die Frage der Objektivität bzw. Relevanz könnte sich stellen
- Nachteil: im redaktionellen Teil könnten alle anderen relevanten Preisträger trotzdem erwähnt werden

Option 2: Neutrales Ranking (nur von Presse erstellt)

- Vorteil: kein Engagement des Verbandes
- Nachteil: Kein Austausch mit der Sektion
- Nachteil: Die Sektion würde sich damit um ein Presse- und Öffentlichkeitstool berauben

Option 3: Ranking in Kooperation mit der Presse (wie in 2018)

- Die Sektion kann mitgestalten (z.B. Einfügen einer Spalte „Mitglied im Verband“)
- Erwähnung im redaktionellen Teil (Produzentenleistung sichtbar machen)
- Berichterstattung könnte in Vorfeld abgestimmt werden
- Größtmögliche Transparenz und Analyse des Marktes
- Thesen gemeinsam aufstellen (Beispiel: wie kann eine Firma mit nur einem Film ganz oben im Ranking landen)
- Umbenennung des Rankings von „Die kreativsten Werbefilmproduktionen Deutschlands“ in z.B. „Award Ranking“
- Fazit: die Darstellung der Tabelle können wir beeinflussen
- Methodik überarbeiten (nur der höchste Preis zählt? Shortlist bei Filmcraft mit reinnehmen bei z.B. den 3 größten Awards, die auch nachvollziehbar eine Shortlist veröffentlichen? Das könnte helfen, die Produzentenleistung stärker abzubilden...)

Myriam Zschage berichtet weiter, dass sich die Presse generell mehr Berichterstattung wünscht. Hier könne man auch noch einmal über z.B. Drehbegleitung etc. eventuell in Zusammenarbeit mit Jessica Fuchs nachdenken.

Es wird die Option 3 zur Abstimmung gestellt:

JA	25 Stimmen
NEIN	09 Stimmen
Enthaltungen	01 Stimme

- AG OWM (Organisation Werbungtreibende im Markenverband)

Tony Petersen berichtet.

Die Überarbeitung des aus den 90er Jahre stammenden Produktionshandbuchs ist so gut wie fertig und soll als verbindliches Standardwerk etabliert werden – Stand wie nach der letzten MGV im vergangenen Jahr. Das bedeutet, die Produktionsstandards und Abläufe, die zusammengefasst und aktualisiert wurden, sollen nun gemeinsam mit den anderen Verbänden abgestimmt und festgelegt werden. Dies beinhaltet auch die Zustimmung des GWAs und des Forum Creative Services, dessen neuer Sprecher Florian Panier /JvM ist. Danach wird es an die OWM gereicht.

Vor diesem Hintergrund fand ein erstes informelles Gespräch mit dem Geschäftsführer des OWM, Herrn Schütz und zwei Kolleginnen aus dem Bereich Marketing und Einkauf statt. Das Gespräch fand in einer guten und kollegialen Atmosphäre statt. Die OWM ist wie wir der Auffassung, dass ein Handbuch, welches die Standards bei der Herstellung von Werbefilmen definiert, nützlich ist.

Das bedeutet allerdings nicht, dass die OWM bereits zu allen Inhalten ihre Zustimmung gegeben hat. Zunächst bedarf es einer finalen Abstimmung zwischen der Sektion und dem Forum Creative Services/GWA, unter dessen Dach die Agentur Producer organisiert sind. Wir haben mit Florian Panier/JvM, dem neuen Sprecher des Forums vereinbart, dass wir noch in diesem Monat zu einem Konsens kommen wollen.

Das Handbuch „Werbefilme produzieren“ wird in jedem Fall innerhalb der kommenden Monate herausgebracht werden.

- AG Mark up

Myriam Zschage berichtet über die AG Mark up (Jan Dressler, Michael Duttenhöfer, Justin Mundhenke, Lutz Müller, Thorne Mutert, Marc Strass, Nils Schwemer, Vera Portz, Tony Petersen und Myriam Zschage)

Generell wurde die Abschaffung des ausgewiesenen Markups erörtert. Außerdem die Überlegung zur Diskussion gestellt, Einzelposten abzuschaffen und nur noch das Deckblatt mit der Gesamtsumme und ein detailliertes Anschreiben/Leistungsbeschreibung an Agenturen/Kunden weiter zu geben.

Der bisherige KVA ist nun auch so programmiert, dass jede Produktion entscheiden kann, ob Markup einzeln ausgewiesen wird oder nicht.

Es folgt eine längere Diskussion über die Höhe des generellen Standard Markup-Satzes (ob 25%, 20% oder nur 18%), was aber als nicht durchsetzbar kommentiert wird.

Ein Mitglied kommentiert, was eine konkrete Umsetzung des nicht ausgewiesenen Markups bedeuten würde. Man müsste diverse Cost Controller informieren und im Austausch stehen. Tony Petersen berichtet, dass die Teilnehmer des „AG OWM“ von der Idee, das Markup nicht mehr auszuweisen, nicht überzeugt waren und sich vielmehr größtmögliche Transparenz wünschen.

Myriam Zschage schlägt vor, einen „Versuchspitch“ mit 4 Produktionen und einer Agentur zu organisieren, um einen praktischen Fall zu kreieren anhand dessen man die Vor- und Nachteile gemeinsam diskutieren kann.

Da die Diskussion in der großen Runde nicht zielführend ist, wird beschlossen, ein weiteres Treffen zu diesem Thema in kleinerem Kreise abzuhalten. Oliver Hack schlägt vor, dass jeder gern zur AG Sitzung kommen kann, um gemeinsam detailliert zu diskutieren, dann 2-3 Vorschläge zu erarbeiten, um einen gemeinsamen Beschluss zu fassen.

Unterdessen wird Dr. Martin Feyock einen Standard-Satz für das Anschreiben formulieren, mit dem Argumente und Sinnhaftigkeit eines nicht zu unterschreitenden Markup-Satzes (20% Markup) geliefert werden. Sozusagen als „Verbands-Richtwert“.

- Treffen GWA, neuer Sprecher Forum Creative Services Florian Panier

Tony Petersen berichtet, dass Florian Panier / JvM Michael Maschke als Sprecher des Forums Creative Services abgelöst hat.

Es besteht erneut Interesse seitens des Forums, das Handbuch fertig zu stellen, nachdem der Entwurf zur Zeiten von Michael Maschke als nicht mehr interessant zurückgewiesen wurde, es gibt aber noch keinen neuen Gesprächstermin.

Ebenso sollen weitere Punkte abgestimmt werden:

\* Erweiterung der Handlungsempfehlung Pitches für Honorar bei Pitches, wenn das komplette Projekt abgesagt wird

\* mehr Transparenz in den Agenturbriefings inkl. Budgetvorgabe, Anzahl der beim Pitch beteiligten Produktionen etc.

\* NDA Problematik/Abstimmung: es wurde ein reziprok wirkendes Dokument erarbeitet, damit Produktionen ebenfalls vor der Weitergabe interner kreativer und produktionstechnischer Informationen geschützt werden

\* Presseveröffentlichungen: in der Fachpresse werden oft nur Kunde und Agentur genannt, hier sollten auch Regie und Produktion mit aufgeführt werden

\* gemeinsamer FHV ist seit Januar 2016 am Markt etabliert und wird so gut wie gar nicht benutzt - das soll sich ändern!

- AG Postproduction:

Die AG Postproduktion ist eine „ständige Institution“ für alle Mitglieder aus dem Bereich der Postproduktion und wird weiterhin von Corinna Nugent geleitet. Aktuell werden folgende Dokumente erarbeitet: Freelancer Vertrag, Geheimhaltungsvereinbarung zwischen Produktion und Postproduktion, Aktualisierung des Papiers Digitaler Workflow, Code of Conduct.

Generell soll auch den Posthäusern bzgl. Wochenendarbeit mehr Wertschätzung entgegengebracht werden, in dem nicht selbstverständlich Wochenenden als Arbeitstage in den Timings vermerkt werden.

Corinna Nugent wird ein weiteres Treffen organisieren und alle Post-Producer werden über einen separaten Mailverteiler informiert werden.

- AG Green Production

Myriam Zschage erklärt, dass ein eigener Reiter zum Thema Green Production auf der Werbefilmproduzenten Website programmiert wurde. Info zum Erscheinungsdatum folgt!

### 3. Aktuelle Themen in der Mitgliedschaft

#### 3.1 BBDO / CFS Krug Rechteverwaltung

Tony Petersen berichtet, dass der Verband den ersten Vorstoß zur Herausgabe der Darstellerverträge von BBDO Projekten von CFS stoppen konnte. Es kam auch zu einem Telefonat zwischen den jeweiligen Justitiaren von Verband und BBDO. Für zurückliegende Projekte scheint ein „Gläubigerwechsel“ wie von BBDO/CFS Krug angenommen, nicht möglich zu sein. Zumindest dann nicht, wenn eigene Darstellerverträge der Produktionen benutzt wurden.

Für zukünftige Projekte soll der Gläubigerwechsel passieren, d.h. der Filmproduzent verhandelt initial das 1. Jahr sowie das 2. und 3. Folgejahr und muss den Gläubigerwechsel bereits im Darstellervertrag ankündigen.

Wir werden hierzu gesondert eine Art „Anleitung“ verschicken, sobald wir den BBDO Filmherstellungsvertrag sowie deren Darstellervertrag daraufhin nochmals überprüft haben.

Es besteht Sorge, dass das „Modell-BBDO/CFS KRUG“ weitere Anhänger findet, daher werden unterschiedliche Lösungs-/Umgehensvarianten diskutiert:

- \* Darsteller und BO's komplett über Kunden/Agentur laufen zu lassen
- \* Datenbank des Verbandes, auf der treuhänderisch alle Verträge hinterlegt werden können (findet Zuspruch, wird aber natürlich eine Entwicklungszeit benötigen)
- \* Produktionen könnten auch eine generelle Handlingfee für den entstehenden Verdienstausfall mit im Budget inkludieren (bei BBDO Budgets)
- \* Generell wird verabschiedet, dass auch hier Dr. Martin Feyock einen Standardsatz für Anschreiben formulieren soll, aus dem klar hervorgeht, dass 2./3. Jahr BO auch über Produktion abgerechnet werden muss (für alle Anschreiben)

#### 3.2 §50a EStG – kurzer Status-Bericht

siehe Punkt 2.4 (Dr. Martin Feyock wird ein aktualisiertes Schreiben formulieren)

### 3.3 Mercedes Benz Diskussion um Nutzungsrechte

Im letzten Jahr wurden die Mitglieder von dem Kunden Daimler mit einer Neuregelung der Eigenwerbung konfrontiert. Filme durften nur noch nach vorheriger Einholung der Erlaubnis für Eigenwerbung veröffentlicht werden. Auch wenn Daimler grundsätzlich die Erlaubnis erteilt, ist dieser Umstand unpraktikabel. Myriam Zschage hat versucht mit einer Kollegin von antoni eine Lösung zu finden, leider bisher ohne Erfolg. Der Verband wird nunmehr versuchen, den Einkauf von Daimler direkt zu kontaktieren. Bis auf weiteres nutzt bitte folgende E-mail Adresse für die Freigabe:  
box-001-referenzanfragen@daimler.com.

### 3.4 Crew Sonntagszuschläge der Techniker, insbesondere Oberbeleuchter / Erfahrungstausch

Myriam Zschage fragt Mitglieder, ob es usus sei, Wochenendzuschläge an die Crews zu zahlen. Aktuell gab es zwei Produktionsfirmen aus Hamburg, von denen die technische Crew (OB und Beleuchter) Wochenzuschläge für Dreharbeiten gefordert hat. Die in der MGV anwesenden Mitglieder verneinen eine Zahlung von Zuschlägen, dies sei in der Praxis momentan nicht aktuell.

Es wird angemerkt, dass Sonntagsarbeit arbeitsrechtlich grds. untersagt ist, bzw. nur unter bestimmten Regelungen / Ausnahmen von den Ämtern genehmigt wird - hierfür gibt es klare Regelungen.

Bei vielen ausländisches Crew hingegen ist es usus, dass WE Zuschläge berechnet werden.

Martin Wolff berichtet, dass in München zumindest über Zuschläge diskutiert wird.

Grundsätzlich lässt sich zusammenfassen, dass es um eine faire Bezahlung aller Teammitglieder geht - inklusive rechtzeitiger Kommunikation über das Timing und die Drehorte und eine Gagenverhandlung vor Drehbeginn.

### 3.5 Online Archivierung / Frage nach „passiver“ oder „aktiver“ Youtube Nutzung

Dazu die Aussage der Anwälte: Grundsätzlich ist jede „Nutzung“ über Youtube eine Handlung, die einer Lizenz bzw. einer Buyout-Regelung bedarf. Das Recht kennt keinen Unterschied zwischen passiver Nutzung (die man einfach so ohne Buyout vornehmen kann) und einer aktiven Nutzung. Wenn der Kunde Filme auf Youtube zugänglich macht, ist das immer eine aktive Nutzung und kein „Archiv“ im Sinne einer reinen internen Handlung. Inwieweit die neue EU-Richtlinie dazu führen wird, dass zukünftig alle Social Media Medien über Generallizenzen abgedeckt werden, ist aus heutiger Sicht Zukunftsmusik.



### 3.6 Fall Neverest unfaire Ausschreibungen

Es häufen sich unfaire Ausschreibungen bzw. AGB's der Fa. Neverest/Servciplan. Dr. Martin Feyock hat sich mit Rechtsanwalt Bassam Saleh dazu beraten und es wäre denkbar, eine Abmahnung zu initiieren. Die Idee wird von der Mehrheit abgenickt. Infos folgen.

Myriam Zschage fordert auf, sich an den Verband zu wenden, sollte es wieder zu unlauteren Forderungen und Briefings von Agentur-Kundenseite aus kommen, dann kann der Verband vermittelnd eingreifen wie schon in der Vergangenheit.

## 4. Verschiedenes/ Sonstiges

### 4.1 Workshopreihe „Werbefilm Verstehen“ wird fortgesetzt

Myriam Zschage berichtet von dem ersten erfolgreichen Workshop durch Corinna Nugent (vielen Dank an sie an dieser Stelle!), dieser soll fortgesetzt werden. Corinna Nugent bereitet für dieses Jahr noch Berlin und München vor.

### 4.2 DWA Mitgliederversammlung geplant

Eine außerordentliche MGV der DWA ist für den 06.06.2019 in Berlin geplant - wie bereits unter 2.3 erwähnt  
Informationen folgen rechtzeitig!

### 4.3 Termine:

Cannes Brunch 20.06.19

Förderpreis/Speedrecruiting in Hamburg 25.09.19

### 4.4 Ausblick nächste MGV:

\* Workshop Lizenzen und Crashkurs DSGVO

Die nächste MGV wird in Hamburg stattfinden  
Einladung und Tagesordnung folgen rechtzeitig.