

**PROTOKOLL MITGLIEDERVERSAMMLUNG
DER SEKTION WERBUNG**

DIENSTAG, 12. NOVEMBER 2019

BEGINN: 10.00 UHR

ENDE: 15.30 UHR

ORT: HAMBURG - ALTES MÄDCHEN - LAGERTSRASSE 28B

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

Martin Wolff begrüßt die Anwesenden und Dr. Martin Feyock stellt die Beschlussfähigkeit der Versammlung fest.

Ulla Vogel führt das Protokoll.

Es folgt eine kurze Vorstellungsrunde, in der jede/r aufsteht, sich namentlich vorstellt und die Produktion, für die er/sie arbeitet, nennt. Diese Runde nutzen auch Martin Klauder / Deli Creative Collective und Alexander von Wasielewski / Dog Ear Films , um sich allen persönlich vorzustellen, da sie sich zur Wahl stellen. Alexander zieht den Punkt 4.8 vor und berichtet, dass er ein Treffen der „Jung-Produzenten“ zum identifizieren der „neuen“ Themen und dem reflektieren der „alten“ Themen gemeinsam mit der Geschäftsstelle in Hamburg organisieren möchte. Alle Interessierten können sich bei ihm oder Ulla Vogel melden - hierzu wird es auch eine Rundmail an den Sektionsverteiler geben.

Myriam Zschage begrüßt die neuen Mitgliedsfirmen (Simon & Paul, Akkurat, Halal Berlin sowie The Mill Berlin) und berichtet über die Umbenennung von Wanda in Represent.

2. WAHL DES VORSTANDES SEKTION WERBUNG UND DEUTSCHE WERBEFILMAKADEMIE:

Zur Wahl stehen heute:

Petra Felten-Geisinger, Oliver Hack, Martin Klauder, Tony Petersen, Alexander von Wasielewski und Martin Wolff.

Andreas Lampe, der für 4 Jahre Mitglied des Vorstandes war und aus beruflich bedingten Veränderungen sich nicht wieder zur Wahl stellt, wird für die vergangenen Jahre und die sehr gute Zusammenarbeit gedankt.

Katherine Smithson / GF Chunk begründet kurz, warum Nicklas Krüger von CHUNK seine Nominierung zurückgezogen hat. Er hat einen unabdingbaren beruflichen Termin, der nicht verschiebbar ist. Da er sich den Mitgliedern gern persönlich vorgestellt und seine Motivation erläutert hätte, hat er sich entschieden, seine Wahl erst einmal zurück zu ziehen. Er möchte sich aber weiterhin in AG's für die Sektion engagieren.

Dr. Martin Feyock schlägt vor bei 6 zu wählenden Vorstandsmitgliedern per Handzeichen abzustimmen - eine geheime Wahl wird nicht beantragt.

Martin Wolff wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung wiedergewählt.

Tony Petersen wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung wiedergewählt.

Petra Felten-Geisinger wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung wiedergewählt.

Oliver Hack wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung wiedergewählt.

Martin Klauder wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung gewählt.

Alexander von Wasielewski wird ohne Gegenstimme oder Enthaltung gewählt.

Der neue Vorstand nimmt die Wahl an.

3. BERICHT DES VORSTANDES UND DER SEKTIONSLEITUNG

3.1 Entwicklung der Mitgliederzahlen

Myriam Zschage berichtet, dass aktuell 90 Produktionsfirmen in der Sektion Werbung Mitglied sind.

3.2 Nachlese Förderpreis und Speedrecruiting 2019

Myriam Zschage berichtet über die „schönste Veranstaltung des Jahres“ - den Förderpreis der DWA , in dem in diesem Jahr erstmals eine Frau (Joy Song) von der Jury (bestehend aus Marjorieth Sanmartin, Olaia Casal, Justin Mundhenke und Sergej Moya) ausgezeichnet wurde. Joy hat laut Myriam Zschage bereits Kontakt zu Mitgliedsfirmen, die ihr Unterstützung zugesagt haben.

Myriam Zschage betont das hohe Niveau der Einreichungen insgesamt und fordert alle Anwesenden auf, den Nachwuchs verantwortungsvoll zu begleiten und substantiell auszubilden.

Gerhard Leis wurde die Ehrenmitgliedschaft in der Deutschen Werbefilmakademie e.V. verliehen.

Tony Petersen erwähnt, dass der langjährige Kollege und Regisseur Professor Christian Köster leider verstorben ist und der Vorstand dem Vorschlag von Dr. Feyock nach Rücksprache mit Christian Köster's Witwe Gaby Köster gerne folgt, den Förderpreis zukünftig in „Christian-Köster-Preis“ umzubenennen.

Dies wird von den Mitgliedern sehr positiv aufgenommen.

Auch das Speedrecruiting war erneut sehr gut besucht bzw. ausgebucht. Im Zuge dessen bittet Myriam Zschage um Verständnis, dass die Vergabe der Plätze seit diesem Jahr nach Evaluierung geschieht, um mehr Gerechtigkeit geltend machen zu können, da es leider mehr Anmeldungen als Plätze gibt.

3.3 Ausblick DWP 2020

Myriam Zschage kündigt den DWP für den 27.03.2020 mit einem „tollen, spannenden“ Motto an.

Ergänzend hierzu berichtet sie kurz von dem Arbeitstreffen der Deutschen Werbefilmakademie e.V. (DWA) am 06.06.2019 in Berlin, in dem einige Neuerungen verabschiedet wurden, die demnächst im Regelwerk auf der Website veröffentlicht werden.

Außerdem ergänzt sie, dass die Einreichung weiterhin kostenlos sein wird, sowie die berufene Mitgliedschaft in der DWA auch den Nominierten rückwirkend angeboten werden soll, um eine Vergrößerung der Akademie voran zu treiben. Dies auch immer wieder unter der Prämisse, die Anerkennung herausragender Arbeiten zu unterstreichen und sichtbar machen zu können.

3.4 Tätigkeiten der Sektion im letzten halben Jahr

AG Postproduktion: Corinna Nugent berichtet, dass die AG sich alle drei Monate zu einem Update trifft – im Zuge dessen sind neue Dokumente erarbeitet worden, die bereits in einer Rundmail an den Sektionsverteiler geschickt wurden.

Besonders heraus stellt Corinna Nugent die Aufklärung zu den sogenannten „Dry Hire“ Projekten und den daraus resultierenden Kosten von Postproduktionen an Filmproduktionen. Diese gelten selbstverständlich nur dann, wenn eine Filmproduktion die Nachbearbeitung Inhouse fertigstellt und NUR zu den Kundenabnahmen ein Posthouse / eine Suite anmietet.

Für Offline Abnahmen ist eine Summe von € 1.000,-, für Online Abnahmen von € 2.000,- verabschiedet worden. Diese Preise gelten pro Tag inklusive Catering.

AG Handbuch: Tony Petersen erläutert kurz noch einmal die Historie des Handbuchs „Werbefilme produzieren“, welches in den 1990er Jahren entstanden ist und nun final durch Tony Petersen und unter Mitarbeit vieler anderer neu aufgelegt wurde - und dies in Abstimmung mit GWA und OWM.

Tony Petersen berichtet vom Round Table mit der Horizont (Bärbel Egli-Unckrich) und

Petra Felten-Geisinger, sowie Florian Panier (GWA) und Joachim Schütz (OWM), welches in der Horizont erschienen ist (online und in der Print-Ausgabe). Er fügt hinzu, wie wichtig weiterhin Treffen der Verbände sind, um das Verständnis der Marktpartner untereinander zu verbessern und einen stetigen Austausch der Kulturen untereinander zu beleben. Hierzu wird auch in Zukunft von der Sektion Werbung das Seminar „Werbefilm verstehen“ von Corinna Nugent angeboten und organisiert werden.

Das Handbuch wird an alle Mitgliedsfirmen (ein Exemplar) kostenlos verteilt während der MGV. Alle Nicht-Anwesenden sollen ihr Exemplar zeitnah postalisch zugesendet bekommen.

Ab 04.12.2019 ist das Handbuch im ausgewählten Fachhandel erhältlich, sowie unter handbuch@new-business.de zu bestellen. Kosten: 28,90 EUR zzgl. Versand.

-AG Produzieren in Teilzeit: Myriam Zschage berichtet über die von Katrin Weber/FoxDevil Film gegründete Initiative, die sich nun auch auf Agenturproducer/innen und Kreative ausgeweitet hat und vom Verband unterstützt wird in Person von Myriam Zschage und Ulla Vogel. Es haben mehrere Treffen stattgefunden, die sehr gut besucht waren und auf großen Anklang gestoßen sind. Es soll ein Zeichen gesetzt werden für innovative Arbeitsmodelle auch in Führungspositionen, sowie ein Austausch mit der „Gegenseite“ gesucht und diskutiert werden.

Alle Interessierten können sich gern in der Geschäftsstelle melden.

AG Anschreiben: Ulla Vogel berichtet, dass aus der Mitgliedschaft heraus der Wunsch nach einer detaillierten Leistungsbeschreibung in Form eines einheitlichen Anschreibens formuliert wurde. Dieses ist in den letzten Monaten in einer langen und einer verkürzten Version von der AG erarbeitet worden.

Beide Entwürfe sollen eine weitgehend vollständige Sammlung zu beschreibender Angebote abdecken, man kann sie als Vorlage und Baukastensystem nutzen und jede

Mitgliedsfirma kann sie auf das zu kalkulierende Projekt anpassen.

Alle Formulierungen und Verweise auf Paragraphen wurden durch Bassam Saleh juristisch geprüft.

Ulla Vogel dankt explizit den Kollegen Stephan Brockmann, Michael Duttenhöfer und Tim Beblo für eine sehr kollegiale und konstruktive Zusammenarbeit in dieser AG und übergibt danach an Tony Petersen, der zwei Anträge von Michael Duttenhöfer / tpFilm ankündigt. Vorab ruft er die Stimmungsbilder der vergangenen MGV's in Erinnerung und bindet somit auch die Diskussion um das Thema Mark Up (Einpreisung versus Ausweisung) ein.

Tony Petersen verliest zuerst den 2. Antrag von Michael Duttenhöfer als Erklärung der Argumentation zur Vereinheitlichung des Anschreibens:

Antrag 2:

TPF beantragt die einheitliche Nutzung des neuen Anschreibens in Form und Funktion für alle Mitglieder aus folgenden Gründen:

- Es professionalisiert und standardisiert unsere Branche - Es hilft durch die Erklärungen und auch AGBs, Verantwortlichkeiten zu definieren und sorgt für einen Wissenstransfer sowohl auf Agentur/Kundenseite, als auch bei den Produzenten, und damit zu einer Versachlichung der Preis-Leistungs-Verhandlungen - Es schützt den Produzenten in der Kette der juristischen Dokumente im Ausschreibungsprozess und definiert eindeutige Widersprüche gegen Agentur AGBs, die uns nur schaden

Antrag 1:

Die Diskussion bzgl. einer Ausweisung des MarkUps sollte aus unserer Sicht in Kombination mit einer grundlegend anderen Angebotsdarstellung in Kombination erfolgen. Ob mit oder ohne Detail KV-Ausweisung und nur auf Basis eines Anschreibens ist zu besprechen. Eine reine Nicht-Ausweisung des MU ohne weiterführende Veränderungen ist aus Sicht von TPF kontraproduktiv und dient nur der Befuerung der Neid-Debatte, dass wir Preise verstecken wollen und das MU nicht mehr ausweisen wollen um mehr zu verdienen. Grundsätzlich ist TPF doch für eine Abschaffung der Ausweisung des Mark Up. Es ergeben sich daraus im grundlegenden 4

Varianten, die zu berücksichtigen wären, über die man abstimmen sollte.

- 1) das MU wird einfach nicht mehr ausgewiesen und eingepreist in die Einzelpositionen
- 2) Das MU wird nicht ausgewiesen, aber auch der Detail KV wird nicht mehr zur Verfügung gestellt - nur das Summary Sheet und die Leistungsbeschreibung in Form des standardisierten Anschreibens
- 3) alles bleibt beim alten
- 4) es wird eine neue Form der Angebotsdarstellung/Kombination entwickelt

Die folgende Diskussion schließt sich direkt an die Standardisierung des Anschreibens, bzw. detaillierte Leistungsbeschreibung ohne Detail KVA an – beide Themen sind schwer trennbar:

3.5 Thema Mark Up // Auf Initiative der AG Mark Up: Abstimmung über Abschaffung von ausgewiesenem Mark Up

Kurzer Bericht von Jan Dressler zur Initiative „Der faire Preis“ und dem Antrag der AG Mark Up zum Pro der Einpreisung des Mark Ups.

Oliver Hack bittet aufgrund der zu komplexen Abstimmung, diese wie folgt zu trennen:

1. Das Anschreiben (als individuelle Verfahrensweise jeder Mitgliedsfirma) nicht verpflichtend einzuführen
2. Eine Diskussion, bzw. Gedanken um die Einpreisung des Mark up's in die Einzelpositionen

Tony Petersen weist darauf hin, dass der Verband nur eine Empfehlung aussprechen kann.

Es folgen weitere Wortmeldungen von Jan Dressler (Standardisiertes Anschreiben zur Abstimmung stellen) und Martin Wolff (grundlegende Änderungen innerhalb der Branche, in dem im Focus stehen muss, „was liefern wir für unser Geld“).

Grundsätzlich wird festgestellt, dass der Verband einen Dialog zu beiden Themen mit GWA und OWM anstoßen soll.

Zur Strategiebesprechung soll eine Arbeitsgruppe gebildet werden. Der Vorstand

macht sich dazu Gedanken.

Es folgen diverse Wortbeiträge u.a. auch zur einheitlichen Untergrenze des Mark Ups, dem Pro & Contra von Bruttopreisen (eingepreistem Mark Up) usw. anhand derer klar wird, wie aktuell und brisant die Diskussion darum ist.

Myriam Zschage erwähnt noch, dass die Umprogrammierung am GWA KV abgeschlossen ist und nun individuell die Möglichkeit gegeben ist, das Mark Up eingepreist oder ausgewiesen darzustellen. Beide Varianten funktionieren und sind auch auf dem Deckblatt ersichtlich oder eben eingepreist.

Zur Zeit wird der KV intern noch getestet - nach der Testphase wird die neue Version allen zur Verfügung gestellt.

Tony Petersen fügt der Mark Up Diskussion noch hinzu, dass es bereits einen Austausch mit Steve Davies vom englischen Verband APA gibt und geplant sei, eine deutsche Delegation zu Gesprächen nach London zu entsenden.

Grundsätzlich ergibt das heutige Meinungsbild, dass eine detaillierte Leistungsbeschreibung nur mit dem summary sheet Sinn ergibt.

Dr. Martin Feyock schlägt vor, die Anträge der AG Anschreiben und der AG Mark Up allen Mitgliedern im Umlaufverfahren digital zur Abstimmung zur Verfügung zu stellen, da in der aktuellen MGV nur eine knappe Mehrheit abstimmungsberechtigter Mitglieder anwesend ist.

Dies wird angenommen und der Vorstand beauftragt dieses Procedere zu formulieren und zur Abstimmung zu stellen.

3.6 Bericht TWF

Dr. Martin Feyock berichtet über die Verteilung ZPÜ, die Ausschüttung an die Produzenten 2019 und die Verteilung der Urheber.

Die TWF rechnet damit, dass am 6. Dezember 2019 eine Einigung über die Verteilung 2008 bis 2020 erfolgen wird.

Eine Erhöhung der Punkte (Bewertungsmaßstab der Gattung Werbung innerhalb der ZPÜ) wird

nicht durchsetzbar sein, nachdem die VG Wort der TWF den Drehbuchanteil überlässt und zwar rückwirkend ab 2008.

Der Bereich der Produzenten wird davon profitieren, dass durch die Verdoppelung des Umsatzes bei gleichen Kosten die Administrationskosten und der Anteil an den Förderkosten gesenkt werden kann.

Zur Ausschüttung 2019:

Für die Jahre 2012 bis 2017 kommen weitere Erlöse.

Die TWF kalkuliert mit jährlich 1 Mio. Euro Ausschüttungsvolumen für Produzenten.

Für 2017 haben 81 Produzenten Werke gemeldet und Marktanteile zwischen 6,530 % und 0,0007 % erreicht.

Bei 1 Mio. Euro Ausschüttungssumme beträgt der Mittelwert der Ausschüttung für 2017 12.345 Euro.

36 Produzenten würden 2017 Ausschüttungen über 10.000 Euro erreichen.

Zur Verteilung der Urheber:

Regisseure sind an den Drehbüchern beteiligt

Der Roundtable schlägt eine Verteilung für die Umsetzungsleistung vor:

50 % Regisseure

18 % Kamera

16 % Schnitt

16 % Art Direktoren

3.6 Status Quo zum Thema § 50a EStG

Dr. Martin Feyock erklärt nach einem kurzen Exkurs über die Historie des § 50a EStG, dass seit 2016 das Bundeszentralamt (BZA) länderübergreifend zuständig ist und der Auffassung der Finanzverwaltung Hamburg gefolgt ist:

Fast 2 Jahre nach Anfrage durch den Verband gibt es jetzt eine schriftliche Stellungnahme des BZA zu der strittigen Frage, welche Buyouts dem § 50a EStG unterliegen. Darin wird bestätigt, dass alle Buyouts von ausländischen Darstellern und/oder Gagen der ausländischer Regisseure, die im Ausland für eine deutsche Produktion drehen, dem § 50a EStG unterliegen. Dies betrifft nicht nur die Nutzungsrechte für das inländische Territorium, sondern auch sämtliche

Auslandsrechte. Bei den Darstellern sind also alle ausgewiesenen Buyouts für In- und Ausland betroffen. Bei den Regisseuren wird von der Gesamtgage z.Zt. mit einem 60 %-igen Anteil für Rechte gerechnet, der dem § 50a EStG zu unterwerfen ist. Grundsätzlich stellt Dr. Feyock fest, dass der Produzent haftet und ruft die Mitglieder auf, sich bei einer Uneinigung während einer Betriebsprüfung beim Verband zu melden. Myriam Zschage stellt die Option einer Musterklage in den Raum, Dr. Feyock verweist auf die lange Bearbeitungszeit bei den jeweiligen Behörden. Grundsätzlich ist der Verband aber gewillt gegen diese Regelung gerichtlich vorzugehen. Dazu benötigt der Verband allerdings einen Prüfungsfall, den der Verband exemplarisch für ein Mitglied ggf. durch die Instanzen streiten kann. In jedem Fall sollten sich die Mitglieder und deren Berater bei einer sich ankündigenden Betriebsprüfung zu §50a EStG frühzeitig bei Dr. Feyock melden.

4. AKTUELLE THEMEN IN DER MITGLIEDSCHAFT

4.1. Daimler Diskussion um neue Einkaufsbedingungen

Myriam Zschage berichtet kurz über die Historie des Falles Daimler im Spätsommer dieses Jahres, als im Nachgang durch den Einkauf Reisekosten und Fremdkosten als Belegabrechnung eingefordert werden sollten. Dies war nicht in der Ausschreibung im Vorfeld kommuniziert.

Die Mitgliedsfirma BWGTBLD hat sich an die Geschäftsstelle gewandt und eine Initiative während dieses aktuellen Pitches mit den anderen Teilnehmern gegründet. Alle zusammen haben einheitlich die Forderung nach Belegabrechnungen abgelehnt und sind juristisch dagegen vorgegangen: Bassam Saleh hat eine Unterlassungsklage im Namen des Verbandes formuliert, mit dem erfreulichen Ergebnis, dass Ende September in einem Schreiben von Daimler mitgeteilt wurde, dass zukünftig keine Belegabrechnungen bei Bewegtbildproduktionen mehr angefragt werden sollen. Tony Petersen ergänzt, dass bei der in diesem Falle zuständigen Agentur antoni diese problematische Formulierung ebenfalls Bestandteil deren Agenturvertrages gewesen ist und diese mit Hilfe des Verbandes auch deren Vertrag dahingehend ändern konnten.

Zudem besteht seitens des Verbandes gegenüber Daimler ein Angebot zu einem Treffen, um mehr Transparenz und Aufklärung zu betreiben.

4.2. Hinweise zu Regeln eines Berufsverbandes

Dr. Martin Feyock umschreibt kurz die Statuten eines Verbandes, da beispielsweise immer wieder die Fragen nach Ausschlüssen einzelner Mitglieder auftauchen – dies ist nicht legitim im Sinne eines Berufsverbandes. Wir können und wollen niemanden ausschließen – ein Verband stellt keine Gesetze auf. Dies ist aus rechtlichen Gründen auch gar nicht machbar.

Jan Dressler stellt die Frage nach möglichen Sanktionen, wenn der Verband durch ein Mitglied geschädigt werden würde. Anhand eines Beispiels innerhalb einer Arbeitsgruppe, argumentiert Dr. Feyock, dass bei einem möglichen Vertrauensmissbrauch, dieses AG Mitglied aus der Gruppe ausgeschlossen werden kann – praktisch als eine Art „informelle Handhabung“.

Aus aktuellem Anlass/Beispiel beantragt Oliver Hack Punkt 4.5 vorzuziehen:

4.5. Ferrero

Oliver Hack berichtet:

Die Mitglieder können vom Verband bzw. vom Vorstand erwarten, dass dieser die Interessen der Mitglieder gegenüber Dritten vertritt. Wenn es einen Sachverhalt gibt, der objektiv einen Interessenkonflikt bei einem Auftraggeber bzw. dem Ausschreibungsverfahren offenbart, dann ist es Verbandspflicht diesen Konflikt auch beim Namen zu nennen. Im Fall von Ferrero, ist es objektiv betrachtet kritisch, wenn Julia Fröhlich als Inhaberin einer Vermittlungsagentur für Regisseure und Filmschaffende auch als Beraterin für Ferrero im Rahmen des Vergabeprozesses tätig ist.

Dabei geht und ging es zu keinem Zeitpunkt um eine tatsächliche Verfehlung/Vorteilsnahme, sondern ausschließlich um den Umstand, dass eine solche Doppelfunktion für Außenstehende die Frage nach einer tatsächlich vorliegenden fairen Ausschreibung aufwirft. So ist nicht auszuschließen, dass einzelne Produktionen in der Hoffnung einer Bevorteilung entgegen der fachlichen „Richtigkeit“ bevorzugt mit Künstlern aus dem Portfolio von Julia Fröhlich „ins Rennen“ gehen etc. Aus diesem Grund hat der Vorstand das Gespräch gesucht. Im zweiten Schritt, nachdem keine Änderung der prekären Konstellation eintrat, hat der Vorstand sich direkt an Ferrero gewandt, was bei einzelnen Mitgliedern des Verbandes

zu unflätigen und persönlichen Anschuldigungen gegenüber Mitgliedern des Vorstands führte. Die Auseinandersetzung eskalierte in einer äußerst unsolidarischen Korrespondenz von einzelnen Mitgliedern des Verbandes an Ferrero, auf das hier nicht näher eingegangen werden soll.

Trotzdem wurde der Verband durch die nicht abgesprochene Aktion dieser Mitglieder durchgerüttelt. Daher bittet der Vorstand Auseinandersetzungen zukünftig so zu führen, dass die Stimme des Verbandes nach außen einstimmig ist.

Oliver Hack unterstreicht noch einmal, dass ein Verband Haltung einnehmen muss und die Rückendeckung der Mitglieder voraussetzen muss. Martin Wolff fügt ergänzend hinzu, dass der Verband sich deutlich distanziert von jeder persönlichen Diskriminierung und Diskreditierung der Person Julia Fröhlich und appelliert noch einmal sich nur an einer sachlich geführten Diskussion und Auseinandersetzung zu beteiligen.

4.3 Die Unterlassungsklage als „Blaupause“ für weitere Firmen nutzen (z.B. Neverest)

Myriam Zschage berichtet, dass es weiterhin den Plan gibt, die Unterlassungsklage nutzen zu können.

4.4 Einsicht in Service KVA's und andere Bestandteile der Produktion

Myriam Zschage ergänzt, dass eine solche geforderte Einsicht von Kunden/Agenturen vom Verband nicht gutgeheißen werden kann. Bei Streitigkeiten ist der Verband gern behilflich - bitte in konkreten Fällen gern in der Geschäftsstelle melden.

4.6 Diskussion über das Thema „Inhouse-Pitches“ / gibt es eine grundsätzliche Haltung der Mitglieder des Verbandes?

Tony Petersen erklärt, dass es keine Empfehlung bei Pitches gibt, in die auch eine Agentur Inhouse Produktion involviert ist - allerdings eine Haltung hierzu. Nach Abfrage eines Meinungsbildes aktuell auf dieser MGV steht eine Mehrheit dafür, dass nicht gegen Inhouse-Abteilungen gepitcht werden sollte.

Oliver Hack ergänzt, dass es sich in solchen Fällen um einen objektiven Interessenskonflikt handelt und dieser nicht geduldet werden sollte. Er verweist auch

auf den Austausch mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand.

Myriam Zschage ergänzt, dass der Verband sich immer wieder in der Kommunikation mit Agenturen zu diesem Thema befindet und austauscht.

Linus Ewers stellt den Antrag, dass der Vorstand eine Formulierung erarbeiten soll, die festlegt, nicht mehr gegen Inhouse zu pitchen.

Eine Abstimmung ergibt mehrheitlich, dass darüber ein Antrag gestellt und abgestimmt werden soll.

Nachtrag zu Punkt 4 (nach der Mittagspause):

Im Nachhinein wurde noch darüber gesprochen, dass dies auch Sachverhalte umfasst, in denen Postproduktionen an Pitches teilnehmen, an denen auch Inhouse Postproduktionen von Agenturen beteiligt sind.

Insbesondere betrifft das aber ggf. auch Pitches gegen Inhouse Postproduktionen von Filmproduktionen. Hier sollte nicht mit zweierlei Maß gemessen werden.

Deshalb wird der Vorstand auch noch einen weiteren Antrag formulieren, der die Frage nach Inhouse Pitches im Fall von Postproduktion/Filmproduktion regeln soll.

Auch hierzu soll dann online abgestimmt werden.

4.7 NDAs (Weitergabe an Dienstleister wird immer schwieriger)

Myriam Zschage berichtet über die im Markt zu beobachtende Verschärfung der Bedingungen bei den Geheimhaltungsvereinbarungen. Sie verweist noch einmal auf die Verbands-NDA (im Download Bereich der Werbefilmproduzenten Website abrufbar), die mit dem GWA abgestimmt wurde. Dieser ist für

Dienstleister/Subunternehmer vielleicht leichter zu akzeptieren, als die weitergereichten und ggf. strengeren NDAs von Agenturen und Kunden.

Besser diesen NDA des Verbandes unterzeichnen lassen, als gar keinen, um die Produktion abzusichern.

4.8 wurde bereits vorgezogen (in der Vorstellungsrunde)

4.9 Arbeitszeiten (aktuelle Entwicklung und Ausblick)

Martin Wolff berichtet über anonyme Anzeigen - gerade im Spielfilmbereich - aber jetzt auch im Werbefilmbereich. Gewerbeaufsichtsämter prüfen gezielt auch Stundenzettel von Mitarbeitern der Subunternehmen (z.B. Light- & Camera Rentals) Er ergänzt, dass es zukünftig sicherlich mehr Kontrollen der Gewerbeaufsichtsämter geben wird.

Zu diesem sensiblen Thema sondiert eine AG bestehend aus Martin Wolff, Bassam Saleh und Herrn von Beaugard auch den Ansatz zu einem Standard Arbeitsvertrag für alle nichtselbständigen Mitwirkenden bei einer Filmproduktion, den der Verband den Mitgliedern zur Verfügung stellen möchte.

Dazu wird insbesondere geprüft, inwieweit die vorteilhaften Regelungen zu den möglichen Arbeitszeiten im Verdi Tarifvertrag mit der Produzentenallianz auch von außertariflichen Produktionen und insbesondere von Subunternehmern der Produzenten auch angewandt werden können.

Grundsätzlich ist allen Produktionsunternehmen und deren Subunternehmern mit Personalabstellung zu empfehlen jeden Dreh zu protokollieren:

- Bzgl. genauen Arbeitsbeginn/-ende und Pausen des gesamten Teams oder von einzelnen Departments oder einzelnen Mitwirkenden
- Alle Sachverhalte, die zu Drehverzögerungen geführt haben, wie z.B. technische oder gesundheitliche Zwischenfällen (z.B. Ausfall Generator, Brenner oder Kamera). Darunter kann auch schlechte oder unpassende Witterung zu den Dreharbeiten zählen (z.B. warten auf vorbeiziehende Wolkengruppe)

Bei einer späteren Prüfung kann so ein Protokoll dabei helfen, was Grundlage zur genauen Arbeitszeitermittlung jedes Mitwirkenden ist und zeigt, dass eine Drehzeitenüberschreitung nicht vorsätzlich erfolgt ist, sondern äußere Umstände dazu geführt haben.

Grundsätzlich muss Drehzeitenrealität bereits in der Kalkulationsphase, unter Beachtung der gesetzlich maximal erlaubten Arbeitszeiten, geübt werden. Das bezieht sich auch auf Drehzeitangaben in z.B. KVs, KV-Anschreiben oder Callsheets, die nicht im Einklang mit den

Maximalarbeitszeiten gemäß Arbeitszeitengesetz stehen. Der Produzent hat für die Einhaltung der Bestimmungen einzustehen und haftet dafür.

Grundsätzlich: die AG sammelt alle Infos - bitte gern an Martin Wolff wenden.
Alex von Wasiliewski fügt hinzu, dass er gerade innerhalb der Firma einer KSK Prüfung unterzogen wurde und nun gern an Interessierte die aktuellen gesammelten Informationen weitergibt!

5. VERSCHIEDENES / SONSTIGES

5.1 Feedback zu neu aufgelegten Klausurtagungen

Myriam Zschage berichtet, dass die Klausurtagungen (Hamburg, Berlin und München) sehr gut aufgenommen worden sind und gezeigt haben, wie wichtig ein intensiver Austausch zwischen den Mitgliedern ist. Herzlichen Dank an die Gastfreundschaft von Bubbles/Berlin sowie Embassy of Dreams/München.

5.2 Feedback zu neuem Format „Producer´s Lunch)

Myriam Zschage berichtet weiter, dass beim Lunch im September in Hamburg über 35 TeilnehmerInnen waren und auch dieses Event gut besucht gewesen ist und Anklang gefunden hat. Allerdings gibt es die intensiveren Gespräche und Diskussionen auf Klausurtagungen, die nun den Lunch mehr und mehr ersetzen sollen.

5.3 Mitarbeiterentsendungen A1

Martin Wolff fasst noch einmal zusammen: Sobald ein Mitarbeiter die Staatsgrenze überschreitet, muss er das A1 Formular oder zumindest der abgeschickte Antrag dazu mitgeführt werden. Nur so wird bei Prüfungen und Kontrollen dokumentiert, dass Versicherungsschutz besteht und keine Schwarzarbeit vorliegt.

In Österreich beispielsweise ist es bereits zu größeren Kontrollen gekommen. Bei Fragen hierzu, kann man sich gern an die Geschäftsstelle wenden bzw. das Rundschreiben hierzu ist ebenfalls im Downloadbereich abrufbar.

5.4 Tisax Workshop über Verband

Myriam Zschage berichtet über den Wunsch mehrerer Mitglieder, einen Workshop zum Thema Tisax Zertifizierung zu machen.

Generell wird in der folgenden Diskussion festgestellt, dass selbst Tisax zertifizierte Produktionen Pitches gegen nicht zertifizierte verlieren – außerdem der finanzielle und organisatorische Aufwand einer solchen Zertifizierung sehr hoch ist. Jede Firma muss dies selbst entscheiden und durchführen, der Verband kann einen Informationsworkshop zum Thema organisieren.

Tony Petersen fügt hinzu, dass auch Tisax wieder ein Beispiel ist, dass der Branche Prozesse übergestülpt werden, die im Verhältnis völlig überdimensioniert sind und die Arbeitsprozesse auch noch verkomplizieren.

Auch hierzu sollte man einen Austausch mit Kunden anstreben.

5.5 Workshopreihe „Werbefilm verstehen“ wird fortgesetzt

Corinna Nugent berichtet über das positive Feedback der vorangegangenen Workshops in Hamburg und Berlin.

Die Inhalte werden z.Zt. überarbeitet – die Reihe soll fortgesetzt werden.

Input gerne an Corinna Nugent kommunizieren.

5.6 AG Buyout – Überarbeitung der 2017 entstandenen Buyout Liste

Myriam Zschage bittet Interessierte sich bei ihr zu melden, um die Verbands-Buyoutempfehlungen innerhalb einer neuen AG zu überarbeiten.

5.7 Termine

Deutscher Werbefilmpreis und Creative Panel: 27. März 2020 auf Kampnagel

Cannes Brunch: 25. Juni 2020 bei Bruno

5.8 Ausblick nächste MGV 2020 in Berlin, der genaue Termin wird nachgereicht, außerdem soll es einen weiteren Workshop zum Thema Steuerrecht und Arbeitsschutz sowie einen Crashkurs zur DSGVO geben

Zusatzthemen:

1. Abfrage nach den BBDO Nutzungsrechten > Feedback aus der Mitgliedschaft:
zwei Mitglieder berichten darüber, dass von BBDO Berlin bisher keinerlei Verhandlungen statt gefunden haben
Eine Mitgliedsfirma berichtet, dass sie Verträge an die BBDO ausgeliefert hat.
Myriam Zschage berichtet von einem Austausch der Geschäftsstelle mit Hermann Krug, in dem der Eindruck entstanden ist, dass das Konzept der Buyoutplattform / Verwaltung noch nicht komplett ausgereift ist und es eventuell nur verzögert ist.
Myriam Zschage bittet um Feedback zu aktuellen Prozessen in diesem Fall.
2. Delegation Treffen im Dezember mit dem Forum Creative Services / Florian Panier und Abgesandten des GWA
3. Myriam Zschage berichtet von einer Anregung, die bei der Hamburger Klausurtagung aufgekommen ist: Pitch-fee für Regisseure bzw. deren Treatments zu berechnen - analog zu den amerikanischen KollegInnen, bei denen dies offenbar üblich ist
4. Fazit zum Thema Vertrauen und Informationsfluss: der Email Verteiler des Verbandes fasst mittlerweile über 300 Adressen - Myriam Zschage fordert die Mitglieder dazu auf, die Geschäftsstelle über Personaländerungen oder Wünsche zum Info-Verteiler zu informieren bzw. zu überdenken, wer pro Firma in den Verteiler aufgenommen werden soll

Tony Petersen appelliert zum Schluss noch einmal an alle, den Verband zu nutzen, zu kommunizieren und sich auszutauschen!

WERBE
FILM
PRODU
ZENTEN