

**PROTOKOLL MITGLIEDERVERSAMMLUNG DER SEKTION WERBUNG  
DONNERSTAG, 17. SEPTEMBER 2020, BERLIN**

**BEGINN:** 10.00 UHR FRÜHSTÜCK / 11.00 UHR BEGINN DER MGV  
**ENDE:** 13.30 UHR / ANSCHLIESSENDES MITTAGESSEN  
**ORT:** BERLIN- SOHO HOUSE, TORSTRASSE 1

**1. BEGRÜßUNG**

Martin Wolff und Myriam Zschage begrüßen alle physisch anwesenden Mitglieder und alle Mitglieder, die sich per Zoom eingeschaltet haben.

Ulla Vogel übernimmt die Protokollführung.

Zur Tagesordnung gibt es keine Anmerkungen.

Dr. Martin Feyock stellt fest, dass in dieser Mitgliederversammlung keine Beschlussfähigkeit nötig ist, da keine Abstimmungen anstehen.

Es folgt ein kurzer Exkurs von Tony Petersen zur Stärke der Sektion Werbung, die aktuell 99 Mitgliedsfirmen umfasst und damit die stärkste Sektion innerhalb der Produzentenallianz ist. Er appelliert auch hier noch einmal an alle, sich keinen Dumpingfragen zu unterwerfen und sich innerhalb der Produktionslandschaft solidarisch zu verhalten – er verweist auf die Macht, die eine so große und facettenreiche Sektion ausmacht und die daraus entstehende Stärke auch nach außen.

Christoph Palmer, Geschäftsführer der Produzentenallianz, der als Gast die heutige Mitgliederversammlung besucht, teilt seine Freude über die Kooperation mit der Sektion Werbung mit. Er betont die Eigenständigkeit unserer Sektion, die ja in eigener Verantwortung und Selbständigkeit unter dem Dach der Produzentenallianz agiert. Christoph Palmer verweist aber auch auf die funktionierende Kommunikation zwischen Dachverband und Sektion durch Martin Wolff und Dr. Martin Feyock als Bindeglieder.

Außerdem betont er, dass die Berührungspunkte der Sektion Werbung mit den anderen Sektionen klar definiert seien, es durchaus Schnittstellen und Übereinstimmungen gäbe und sich immer wieder gemeinsame Themen heraus filtern lassen. Als Beispiel nennt er aktuell die Erarbeitung des Code of Conducts und verweist auf weitere Themenfelder wie Arbeitszeiten, Arbeitsschutzstandards, Jugendschutz etc.

Gerade in der Pandemie-Zeit seit März/April dieses Jahres ist die Kommunikation verstärkt und hierfür bedankt er sich bei der Geschäftsstelle in Hamburg für den Anstoß zur

sektionsübergreifenden Zusammenarbeit.

Er stellt die gegenseitige Bereicherung noch einmal vor - bspw. bei der Entwicklung des neuen Arbeitsschutzstandards der BG ETEM, sowie zu Themen Kurzarbeit, Kommunikation bei Drehverboten während des Lockdowns, usw.

Er betont, dass die Sektion Werbung mit 99 Mitgliedsfirmen die größte Sektion innerhalb der Produzentenallianz ist, stellt auch noch einmal den Vorteil des ganzheitlichen Konzeptes der Allianz mit all ihren unterschiedlichen Sektionen dar und erklärt, dass nun auch die Geschäftsstelle in Hamburg der Sektion Werbung innerhalb der Produzentenallianz sichtbar gemacht werden muss und wird.

## 2. BERICHT DES VORSTANDS UND DER GESCHÄFTSSTELLE HAMBURG

### 2.1 Entwicklung der Mitgliederzahlen

Myriam Zschage zählt die neuen Mitglieder der Sektion auf, von denen auch sechs während der Corona-Krise beigetreten sind:

Cndy Film, Dock11, Mädchenfilm aus Hamburg, Fenomenal Film aus München, Frische Brise Film GmbH Köln, Hamlet Berlin Films, Instant Waves, LeBerg, Racoon Pictures GmbH aus Berlin sowie Urban & Uncut aus Augsburg.

Insgesamt sind nun 99 Firmen Mitglied in der Sektion Werbung.

### 2.2 Tätigkeiten der Sektion im letzten halben Jahr

- AG MarkUp Strategie und Einführung SCoPE

Myriam Zschage erklärt kurz noch einmal die neue Angebotsstruktur, die ja bereits in mehreren Web-Schulungen in die Mitgliedschaft getragen wurde und verweist auf weitere Webinare für diejenigen, die bisher noch nicht teilnehmen konnten, sowie auf den Einführungsfilm von Joshua Metschulat / CHUNK.

Die neue Angebotsstruktur SCoPE soll ab dem 01. Oktober 2020 von allen Sektionsmitgliedern flächendeckend in den Markt getragen werden.

Myriam Zschage verweist noch einmal auf die Handlungsempfehlung SCoPE, sie führt auch noch einmal durch das Dokument und appelliert an alle Mitglieder, sich bei Fragen und/oder Nicht-Akzeptanz durch Agenturen oder Kunden an die Geschäftsstelle in Hamburg zu wenden.

Als Handlungshilfe und Argumentationsunterstützung können alle die folgenden Dokumente nutzen:

- Handlungsempfehlung SCoPE
- Das Geschäftsmodell Werbefilmproduktion - eine Erläuterung
- Erläuterung Werkvertrag

Sie verweist auch noch einmal auf die gemeinsame Entscheidung mit dem GWA, diese neue Angebotsstruktur auf dem Markt ab Oktober zu etablieren.

Der strittigste Punkt in allen bisher geführten Gesprächen mit Agenturen und Kunden war die Nicht-Ausweisung der Einzelpositionen, daher wurde mit dem GWA vereinbart, dass es bis zum 31.12.2020 eine Übergangsphase geben wird, die bei Nachfrage regelt, dass Einzelpositionen ausgewiesen werden können.

Myriam Zschage betont auch noch einmal, dass alle Berufsverbände ausreichend informiert worden sind.

Tony Petersen fügt hinzu, dass es in den Gesprächen die wenigsten Probleme mit den verschiedenen Einkäufern, dass es einzelne Agenturproducer und vor allem Cost-Controller gibt, die dem neuen Angebot skeptisch gegenüber stehen und somit an einzelnen Stellen noch Überzeugungsarbeit geleistet werden muss.

Allerdings waren in der Mehrheit Agenturen aufgeschlossen, vor allem durch die Möglichkeit sich nun auf inhaltliche Aspekte und Qualität in den Gesprächen mit ihren Kunden konzentrieren zu können.

Zum Schluss bedankt Myriam Zschage sich ausdrücklich bei den AG Teilnehmerinnen und Teilnehmern, ohne die dieses Projekt niemals so schnell und professionell hätte durchgeführt werden können:

Tim Beblo, Stephan Brockmann, Sebastian Cordes, Jan Dressler, Michael Duttenhöfer, Oliver Hack, Martin Klauder, Nicklas Krüger, Joshua Metschulat, Corinna Nugent, Vera Portz, Cornelius Rönz, Philipp Schmalriede, Marc Strass, Tony Petersen und Ulla Vogel -insbesondere betont sie, dass CHUNK (vertreten durch Nicklas Krüger und Joshua Metschulat) maßgeblich die Programmierung und Umsetzung vorangetrieben hat.

Die Lizenzversendung wird in der Woche vom 21.09.2020 durch Myriam Zschage geschehen - diese wird alphabetisch durchgeführt.

Die englische Version wird zeitnah nachgereicht - bis dahin darf man sich gern mit dem englischen Anschreiben in Form des Baukastensystems der AG Anschreiben aus 2019 behelfen.

- AG Code of Conduct

Ulla Vogel berichtet über die AG CoC - zuerst bedankt sie sich bei den AG Teilnehmerinnen und Teilnehmern:

Stephan Brockmann, Hannes Heidenreich, Philipp Schmalriede, Nadine Thoma, Moritz von Schrötter und Myriam Zschage, die die Grundsäulen dieser AG sind und immer motiviert und effektiv gemeinsam den dynamischen Pandemie Prozess begleitet haben. Unterstützung gab es auch durch einige freie Crewmitglieder, insbesondere die 1st AD's Hendrik Holler und Gregor Stitzl, die mit der Erarbeitung eines Maßnahmenkataloges

einen großen Teil zur Arbeit beigetragen haben. Ebenso Deli Creative Collective, die die Setiquette grafisch gestaltet haben.

Ulla Vogel skizziert kurz die vergangenen Schritte der AG, die seit April in kürzester Zeit die erste Version des Code of Conducts erarbeitet hat, Zusatzvereinbarungen für den Filmherstellungsvertrag etc., um schlussendlich initial an die gesamte Produzentenallianz und alle anderen Sektionen zu treten, um einen gemeinsamen Leitfaden innerhalb einer AG sektionsübergreifend zu entwickeln, der dann in dem ersten offiziellen Papier der BG ETEM mündete.

Hier spricht sie noch mal Dank an Christoph Palmer und vor allem Juliane Müller und Oliver Castendyk von der Produzentenallianz aus, die die Kommunikation sektionsübergreifend geleitet haben.

Sie verweist auf das neu geschaffene Berufsbild der Hygieneschutzbeauftragten, die bei jedem Dreh (und auch teilweise bereits in der Vorbereitung) für die Einhaltung des Arbeitsschutzstandards und der Hygieneregeln verantwortlich sind – deren Dokumentation im Zweifelsfall auch die schnelle Kontaktfindung bei positiv getesteten Personen beschleunigen kann.

Seit Juli gibt es eine Überarbeitung des BG ETEM Papiers, das einige Erleichterungen mit sich gebracht hat -bspw. wurde das Schutzstufenkonzept addiert etc. Allerdings wurde in der Neufassung auch klar kommuniziert, dass Testungen auf Covid-19 immer sowohl im Rachen-als auch im Nasenbereich durchgeführt werden müssen und dies nur von speziell geschultem medizinischem Fachpersonal!

Seit dem 15.09.20 gibt es eine weitere Neufassung, dessen Inhalte die AG zeitnah in dem Sektionsverteiler kommunizieren wird.

Zur aktuellen Aufgabenstellung berichtet Ulla Vogel von der Zusammenarbeit mit der Gutachterin der Produzentenallianz und der DFL – Frau Prof. Gärtner – die sich bereit erklärt hat, die Sektion (soweit es ihre zeitliche Kapazität erlaubt) mit fachlicher Kompetenz zu unterstützen.

Bei Fragen dürfen sich die Mitglieder gern per Email an Ulla Vogel wenden, sie wird diese bündeln und an Prof. Gärtner weiterleiten.

Desweiteren sollen FAQ's erarbeitet und allen Sektionen zu Verfügung gestellt werden, sowie eine Art Handlungshilfe bei Verdachtsfällen.

Ulla Vogel erklärt, dass die AG CoC weiterhin versucht, alle notwendigen Informationen aufzuarbeiten, zu bündeln und aktuell zu halten, um sie immer zeitnah in die Mitgliedschaft zu transportieren.

Zum Schluss betont sie, dass in dieser noch nie dagewesenen Situation es extrem wichtig ist, sich zum **Schutz aller** an die Richtlinien und Hygienestandards zu halten, transparent mit der Situation umzugehen und somit auch das Risiko auf ein Minimum zu reduzieren.

- Zusatzvereinbarungen Covid-19

Myriam Zschage berichtet kurz über einzelne Kunden, die wiederholt versucht haben, die Risikoübernahme bei Covid-19 auch zum Teil auf den Produzenten zu übertragen – hier haben sich die entsprechenden Produktionen in der Geschäftsstelle in Hamburg gemeldet und sich gemeinsam dagegen zur Wehr setzen können. Hierzu hat es auch mehrfach Sonder-Telkos innerhalb des Vorstandes gegeben und man hat sich engmaschig ausgetauscht.

Martin Wolff ergänzt, dass kein Produzent ein Angebot OHNE die Klausel zur Höheren Gewalt abgeben sollte, damit er nicht haftbar gemacht werden kann.

Die Klausel wurde von der Geschäftsstelle bereits in den Sektionsverteiler gesendet und sollte mittlerweile Standard am Markt sein.

Tony Petersen ergänzt – auch nach der Frage, wie ein Produzent bspw. mit Verschiebekosten nach Quarantäne umzugehen hat – dass alle nicht versicherbaren Risiken keinesfalls durch den Produzenten tragbar sind! Nicht versicherbare Risiken müssen im Angebot ausgeschlossen werden.

- Webinar zu §50a EStG

Myriam Zschage berichtet über das bereits stattgefundenene Webinar zu §50a EStG und fragt in der Mitgliedschaft ob der immer wiederkehrenden Aktualität nach dem weiteren Seminarbedarf? Falls ja, bietet sie an, dass unter Mitwirkung von erfahrenen Buchhaltern und Filmgeschäftsführern eventuell ein neues Format der Thematik gefunden werden kann.

- Rahmenvertrag Tchibo

Myriam Zschage berichtet, dass Tchibo innerhalb eines neuen Produktions-Pools (ca. 14 Mitgliedsfirmen) einen Rahmenvertrag zirkuliert habe, welcher unwirksame AGB's aufwies. Hier wurde verbandsseitig durch Bassam Saleh ein Schreiben an Tchibo verfasst, in dem klar auf diese Unwirksamkeiten hingewiesen wurde. Tchibo hat diese dann auch für unstrittig erklärt. Letztendlich gilt es als Erfolg zu vermelden, dass im August 2020 eine im Pool befindliche Mitgliedsfirma einen Projektzuschlag erhalten hat, in dem alle Änderungen verbandsseitig übernommen worden sind.

In diesem Zusammenhang weist Myriam Zschage noch einmal auf die Wichtigkeit von Loyalität und Einigkeit unter den Mitgliedsfirmen hin, sowie die Bitte, dass sich alle gern für die Kommunikation bei ähnlichen Fällen immer an die Geschäftsstelle wenden dürfen!

- Aktualisierung der Musterverträge für Regie / DoP / Cast und Freie Mitarbeiter unter Berücksichtigung der Covid-19 Klausel

Myriam Zschage berichtet kurz über die Aktualisierung der Verbands-Musterverträge für Regie / DoP und freie Mitarbeiter, die Bassam Saleh und Ulla Vogel in der letzten Woche bearbeitet haben und die am 16.09.20 in deutscher und englischer Fassung in die Mitgliedschaft zirkuliert wurden.

Der Darsteller-Vertrag ist in Arbeit und soll zeitnah nachgereicht werden.

Zu inhaltlichen Fragen darf man sich an Bassam Saleh oder Ulla Vogel wenden.

- Bericht vom Treffen der Postproduktionen

Martin Klaunder berichtet über regelmäßige Zoom-Konferenzen innerhalb der Postproduktionen und möchte noch mal betonen, wie wichtig eine gemeinsame Zusammenarbeit unter den Mitgliedern des Verbandes ist.

Er appelliert daran, dass die im Verband gemeinsam verabschiedeten Vereinbarungen bitte eingehalten werden sollten.

Dazu zählt auch die Bepreisung von Dry-Hire-Projekten. Gerade in Corona Zeiten sind Abnahmen noch aufwändiger und kostenintensiver geworden.

Auch gibt es, trotz bestehender und klar formulierter Hygienestandards und maximaler Teilnehmerzahl bei Abnahmen in geschlossenen Räumen, leider immer wieder Diskussionen, die auch zum Wechsel von Produktionen gegenüber den Posthäusern führen.

Der Verband bittet die Filmproduktionen auch ihre Kunden zur Einhaltung der Hygienestandards aufzufordern und nicht die Verantwortung an die Postproduktionen abzugeben.

- Bericht vom Treffen der Jungen Produktionen

Alexander von Wasielewski berichtet vom Treffen der Jungen Produktionen am 28. Februar 2020 in Berlin, das von ihm und Ulla Vogel initiiert worden ist und bisher aufgrund der Corona Situation einmalig physisch stattgefunden hat. Es besteht allerdings der Wunsch, diese Treffen zu wiederholen.

Er skizziert kurz die Themen: MU bei kleinen Projekten um € 10.000 Produktionssumme, Einsicht in Service-KVAs, Verwertungsrechte etc. - Hierzu kommt noch folgender Beitrag von Alexander Ellendt im Zoom Chat - der hiermit allen zur Verfügung gestellt werden soll:

**Zitat Alexander Ellendt:**

„Wir nutzen seit Jahren die alten Royalties Regeln (5% Produktionssumme) bei Nutzung des Films für andere Medien als vorher vereinbart. Hier der Passus aus unserem Angebotstext:

Auslandsschaltungen, oder andere Einsatzgebiete als angeboten, der Produktion werden mit 5% vom Produktionsbudget des Projektes pro Schaltungsland/Schaltungsart berechnet.“

Grundsätzlich muss der Betrag für die Nutzungserweiterung nicht durch einen Prozentsatz festgelegt werden. Jede Produktion kann den Betrag projektabhängig festlegen. Es wird empfohlen, Regelungen in jedem Fall schon im ursprünglichen Angebot zu verankern, um später unliebsame Diskussionen zu vermeiden.

Alexander von Wasielewski betont, dass sich natürlich jede Produktion gern einbringen kann - wer Interesse an zukünftigen Treffen hat, darf sich gern bei ihm oder Ulla Vogel melden.

2.3 Bericht TWF

Dr. Martin Feyock skizziert die Arbeit der Verwertungsgesellschaft TWF der vergangenen Jahre, um auch den Neumitgliedern der Sektion einen Einblick zu gewähren: von der Gründung 2005 bis jetzt - im Jahr 2011 gab es die erste Ausschüttung.

Der Gesellschafter der TWF ist die Deutschen Werbefilmakademie.

Vergangene Woche sind die Bestätigungen von der Geschäftsstelle in München an die TWF Melder über die Ausschüttungen versendet worden.

Insgesamt sind fast € 6 Mio ausgeschüttet worden - davon anteilig € 3,7 Mio an die Produzenten und € 2,2 Mio an die Urheber.

Martin Wolff fügt ergänzend hinzu, dass sich doch jede/r Produzent/in melden soll (<http://www.twf-gmbh.de>), der noch nicht dabei ist. Gerade in Krisenzeiten kann diese finanzielle Unterstützung besonders hilfreich sein!

### 3. AKTUELLE THEMEN IN DER MITGLIEDSCHAFT

#### 3.1 Arbeitsrecht / Arbeitsschutz

Martin Wolff erinnert noch einmal an Ulla Vogel's Erwähnung von Frau Prof. Gärtner, die Gutachterin der PA und der DFL, die die Sektion gern unterstützt, sollte es zu Corona-spezifischen Fragen in den Firmen oder an den Sets kommen. Aufgrund der begrenzten Kapazität von Prof. Gärtner sollten Fragen zeitnah an Ulla Vogel gesendet werden, die diese dann bündelt und weiterleitet.

Zum Thema Arbeitsrecht und Arbeitsschutz, dass bisher aufgrund der aktuellen Krisensituation etwas in den Hintergrund gerückt ist, bestätigt Martin Wolff, dass die bereits begonnene Arbeit durch Bassam Saleh und ihn Arbeitszeiten generell und Arbeitsverträge zeitnah fortgeführt werden soll.

Auch Martin Wolff appelliert noch einmal an alle, sich an die gesetzlichen Arbeitszeiten zu halten und nicht zu viele Stunden zu kalkulieren und arbeiten zu lassen!

#### 3.2 Risikoübernahme Covid-19 durch Auftraggeber

Dieser Punkt wurde bereits unter 2.2. moderiert durch Myriam Zschage.

#### 3.3 Ausschreibungen und Pitches

Myriam Zschage berichtet von - auch in Krisenzeiten unter Corona - Fällen, in denen bis zu 12 Produktionen für Pitches aufgefordert werden.

Sie betont, dass der Verband die Pitchkultur im Auge behält, diese sowieso immer ein aktuelles Thema ist und der Verband sich im Austausch mit dem GWA / Sprecher Creative Services Florian Panier befindet.

Myriam Zschage erinnert auch noch einmal an den Gedanken, eine Pitchgebühr in Rechnung zu stellen, sollte es nach 6 Monaten noch zu keiner Auftragsvergabe gekommen sein.

Als weiteren Punkt spricht Myriam Zschage das department for film und photo an, welches mittlerweile auch für andere Kunden als Ferrero tätig ist. Einerseits ist die GF Julia Fröhlich als Kundenberaterin auf Agenturseite tätig, andererseits betreibt sie weiterhin ihre Agentur für Kreative (Regie, DoP's, Stylisten etc.) - dies wird immer noch von einigen als problematisch angesehen und die Geschäftsstelle in Hamburg wird versuchen, den Dialog mit Julia Fröhlich zu suchen - auch gerade vor der Tatsache, dass es auch zu Inhouse-Pitches gekommen ist - sollte es zu weiteren Anfragen in dieser Konstellation kommen, bietet Myriam Zschage an, dass die Kommunikation über die Hamburger Geschäftsstelle orchestriert werden kann.



- 3.4. Membership Benefits / Umstrukturierung der Website der Werbefilmproduzenten  
Myriam Zschage bittet, dass alle Produzenten die Dokumente, Handlungsempfehlungen und weitere Verbandsinformationen gern an ihre internen und freien Mitarbeiter weiterleiten können, da viele interne Produktionsassistenten etc. im Hamburger Sektionsbüro anrufen und um Informationen bitten, die bereits in den Produktionen vorliegen.  
Im Zuge der Informationsaufbereitung stellt sie einen Umbau der Website der Werbefilmproduzenten in Aussicht, um auch den Downloadbereich profitabler gestalten zu können. Corinna Nugent wird sich um die Neustruktur kümmern, sie hat auch bereits den letzten Website-Launch begleitet.

#### 4. VERSCHIEDENES/ SONSTIGES

- 4.1 Ausblick Deutscher Werbefilmpreis 2021  
Myriam Zschage berichtet über Überlegungen innerhalb der Deutschen Werbefilmakademie gemeinsam mit der Eventagentur PSG und dem langjährigen Art Director Bode Brødmüller im kommenden Jahr trotz aller Corona-Restriktionen einen Hybrid-Event zu gestalten. Bisher war der Vorstand noch von einer neuen Idee im digitalen Bereich ausgegangen.  
Myriam Zschage befragt die Mitgliedschaft nach einem Stimmungsbild und bewertet dies als Pro eines physischen Events für den Deutschen Werbefilmpreis 2021. Alle Planungen gehen traditionell immer im Oktober des Vorjahres los - dementsprechend wird momentan in verschiedene Richtungen überlegt und alle Bedenken diskutiert. Im Fokus einer möglichen Live-Award-Show mit anschließendem Networking steht momentan eine Terminverschiebung in den Juni, um das Event als Open Air Veranstaltung durchführen zu können.
- 4.2 Ergänzung Kategorie Kostüm beim Deutschen Werbefilmpreis  
Myriam Zschage berichtet über den Beschluss des Vorstandes, dass zukünftig auch das Gewerk Kostüm beim Deutschen Werbefilmpreis ausgezeichnet werden soll. Dies würde hoffentlich auch einen größeren Frauenanteil in der Akademie addieren.
- 4.3 Workshopreihe „Werbefilm Verstehen“  
Myriam Zschage berichtet über die von Corinna Nugent veranstaltete Workshopreihe „Werbefilm verstehen“, die bereits mehrfach mit Kunden und Agenturen und unterschiedlichen Dozenten stattgefunden hat. Sie bemerkt, dass Netzwerken im virtuellen Raum keine Anziehungskraft hat, es ist wichtig, sich physisch zu treffen. Daher wurde bisher von Online-Webinaren abgesehen.

Tony Petersen unterstützt das Vorgehen und erinnert an vergangene BME-Treffen, in denen man schnell einen guten Kontakt in konkreten persönlichen Gesprächen machen konnte.

#### 4.4 Ausblick nächste MGV

Es wird weiterhin nach Bedarf per Zoom Mitgliederversammlungen geben - an physische Mitgliederversammlungen wird im halbjährlichen Turnus festgehalten.

#### 4.5 Produzentenstudie „Herbstumfrage 2020“ der Produzentenallianz

Myriam Zschage berichtet über die Produzentenstudie „Herbstumfrage 2020“, in der Film-Fernseh-und Werbefilmproduktionen in Deutschland zur wirtschaftlichen Lage und den Jahresaussichten zum Wirtschaftsjahr 2019 befragt werden - sowie Fragen zur Auswirkung der Corona-Pandemie auf das laufende Jahr 2020 und schlussendlich Fragen zum Ausblick auf das kommende Jahr 2021.

Sie ruft zu einer zahlreichen Teilnahme auf, da der Verband für die Kommunikation - auch mit der Presse - immer wieder valide Zahlen benötigt.

#### 4.6 Produzenten-Wald (Idee TPFilm) Projekt 2021, Post-Corona, Green Production

Auf Initiative von tpFilm möchte sich der Verband im nächsten Jahr gerne mit einem Klima-Projekt beschäftigen. Myriam Zschage erzählt von einer großen Fläche in Sachsen, auf der viele tausend Bäume gepflanzt werden können, es kann ein sogenannter „Verbands-Wald“ entstehen. Die Idee ist, jedes Werbefilmprojekt mit einer „Wald-Prämie“ zu kompensieren, die beispielsweise zu gleichen Teilen von Kunde, Agentur und Produktion übernommen werden kann. Weitere Infos folgen.

Martin Wolff beendet die Mitgliederversammlung mit dem immer wieder kehrenden Appell der Sektion Werbung (Vorstand und Geschäftsstelle Hamburg), dass man diese Krise als Chance verstehen sollte, sich nicht dem Preisdumping zu unterwerfen, dass man gemeinsam in einer solch starken und großen Sektion vieles gemeinsam und solidarisch erreicht hat und erreichen wird und bedankt sich bei allen Beteiligten für das Vertrauen und die Zusammenarbeit!