

**Protokoll MITGLIEDERVERSAMMLUNG DER SEKTION WERBUNG
Donnerstag, 16. September 2021, Berlin**

Beginn: 10.00 Uhr Frühstück / 11.00 Uhr Beginn der MGV
Ende: 14.00 Uhr / Anschließendes Mittagessen
Ort: Soho House, Torstrasse 1, 10119 Berlin

1. Begrüßung

Martin Wolff begrüßt alle physisch anwesenden Mitglieder und alle Mitglieder, die sich per Zoom eingeschaltet haben.

Myriam Zschage / Ulla Vogel / Corinna Nugent übernehmen die Protokollführung.

Zur Tagesordnung gibt es keine Anmerkungen.

Es wird festgestellt, dass in dieser Mitgliederversammlung keine Beschlussfähigkeit nötig ist, da keine Abstimmungen anstehen.

2. Der Vorstand der Sektion Werbung und der Deutschen Werbefilmakademie

Die regelhaft für den September 2021 geplanten Vorstandswahlen werden auf die nächste physische Versammlung (voraussichtlich April 2022), die ohne Beschränkung der Teilnehmerzahl stattfinden kann, verschoben.

Oliver Hack legt seine Arbeit im Vorstand nieder. Martin Wolff dankt Oliver Hack für eine langjährige gute und konstruktive Zusammenarbeit.

Der bestehende Vorstand wird sich zu den anstehenden Wahlen im April zur Wiederwahl stellen:

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

Jene, die sich ebenfalls gerne aufstellen möchten, werden bis zur nächsten MGV im April 2022

kooptiert und erhalten die Möglichkeit, sich heute kurz vorzustellen:

- Jule Behrens von Rabbicorn per Zoom
- Mira Harnischmacher von Peoplegrapher (verhindert)

3. Bericht des Vorstands und der Geschäftsstelle Hamburg

3.1 Entwicklung der Mitgliederzahlen

Myriam Zschage berichtet, dass die Sektion aktuell 116 Mitglieder stark ist. Alleine im letzten Jahr sind 18 Mitgliedsfirmen beigetreten. Die Neuzugänge seit September 2020 sind: Caspar Films, Commonvision Film, Dog Eat Dog, Filmer Productions, Good House Films, HEY NA!, KieferWorx, Le Hof Media, MMAATTCCHH, Panamono, Picsters, Polly Films, RadicalMedia, Royal Film Company, Spectral, Supercontinent, The Gram, The Sweetspot, Urban & Uncut, Wolfpack Vision.

3.2 Tätigkeiten der Sektion im letzten halben Jahr

- AG Markup Strategie und Einführung SCoPE

Myriam Zschage berichtet, dass seit Juni 2021 nun auch der GWA SCoPE als Standard Angebotsformat bezeichnet. Dazu erfolgte eine Pressemitteilung: *„Beide Verbände einigten sich darauf, dass der detaillierte Breakdown zukünftig ein Bestandteil des neuen Angebotsformats sein wird. Das Markup wird nicht mehr ausgewiesen, doch so lange nicht alle Kunden mit diesem Procedere einverstanden sind, ist es jedem Produzenten freigestellt, die marktüblich vom Kunden vorgegebenen Markup-Sätze auf Wunsch weiterhin im Anschreiben zu bestätigen.“*

Das ist ein spektakulärer Paradigmenwechsel. Myriam Zschage dankt den Mitwirkenden der AG sowie allen Mitgliedern für ihre Beharrungskräfte.

Nach unseren Erfahrungsberichten akzeptieren inzwischen alle deutschen Kunden, zuletzt sogar Ferrero, SCoPE als Angebotsformat.

Das zeigt deutlich, dass Einigkeit ein wichtiger Erfolgsgarant ist. Je stärker der Zusammenhalt aller ist, desto unmissverständlicher können wir unsere Ziele erreichen.

Der Verband als Solidargemeinschaft – so darf das bleiben.

- AG SCoPE

Myriam Zschage erläutert das Aufgabenfeld der neu gegründeten AG SCoPE (Teilnehmer*innen: Tim Augustin, Nicklas Krüger, Joshua Metschulat, Lena Schulz, Tobias Steinhauser, Volker Steinmetz, Myriam Zschage – Danke für das Engagement!) . In diesem Arbeitskreis beschäftigen wir uns mit dem SCoPE KVA selbst, versuchen die Benutzerfreundlichkeit zu optimieren und wollen Tutorials erstellen für Neu- und Nicht-Mitglieder, die bisher nicht so vertraut mit dem KVA sind.

Geplante Aktualisierungen sind u.a. ein separates Fotobudget + SoMe Budget, vereinheitlichte Buyoutpakete, Zusatzkosten sowie ein Update der PBS in Zusammenarbeit mit dem GWA.

Aufgrund von Rückmeldungen einiger GWA Mitgliedsagenturen und Cost Controllern, denen der Aufbau und die Darstellung von SCoPE nicht gefällt, prüfen wir aktuell eine veränderte Ansicht. Myriam Zschage führt diesen „Dummy“ kurz vor.

- AG Pitch

Ulla Vogel stellt die AG Pitch vor, die sich auf Initiative durch Nadine Thoma (FoxDevil) gegründet hat. Die AG bearbeitet seit einigen Wochen die in der Branche schon lange bestehende Herausforderung einer Pitchgebühr/Pitch Cancellation Fee.

Ulla Vogel bedankt sich bei allen AG Teilnehmer*innen:

Nadine Thoma von FoxDevil, Volker Steinmetz von tpf, Stephan Brockmann von Markenfilm sowie Corinna Nugent und Tony Petersen von der Geschäftsstelle Hamburg.

Die AG hat im Juli 2021 eine Umfrage in der Mitgliedschaft durchgeführt, die ein Stimmungsbild zu den unterschiedlichsten Thematiken Pitchkosten der Produktionen (intern und extern) betreffend spiegeln soll.

Die Umfrage wurde an 92 bewegtbildproduzierende Mitgliedsfirmen versendet, komplett beantwortet wurde die Umfrage von 37.

Diese Ergebnisse, sowie der wip Arbeitsprozess werden anhand einer Präsentation durch Volker Steinmetz vorgestellt.

Generell kann formuliert werden, dass sich eine absolute Mehrheit für eine Pitchgebühr ausgesprochen hat – die Strategie und Umsetzung soll nun weiter durch die AG erarbeitet und in der Mitgliedschaft geteilt werden. Solange es sich hierbei noch um einen wip handelt, wird die Präsentation nicht veröffentlicht.

Ulla Vogel berichtet kurz von der Initiative deutscher Regisseur*innen, die sich als Verein (DRCT) zusammengeschlossen haben und auf den Verband zugekommen sind, um evtl. gemeinsam an der Durchsetzung einer Pitchgebühr zu arbeiten. Die AG Pitch steht im Austausch mit der Initiative.

- AG Wertekompass

Ulla Vogel berichtet, dass innerhalb der Mitgliedschaft der Wunsch nach einer Art Selbstverpflichtung bzw. Etiquette bestand, die kurz und transparent die Werte für ein kollegiales und faires Miteinander skizzieren sollte.

Hieraus entstanden ist die AG Wertekompass mit Vertreter*innen von Produktionen und Postproduktionen – alteingesessenen und jüngeren Produktionen, sowie

Postproduktionen: Jan Ficke (CZAR), Johannes Lehmann (Modest Department), Claudia Mina (Pirates N´Paradise), Vera Portz (Tempomedia), Ute Ressler (NOKTO), Alexander von Wasielewski (Dog Ear Film), Tony Petersen und Ulla Vogel.

Johannes Lehmann und Alexander v. Wasielewski führen kurz durch die Entstehung und die einzelnen Werte, Ulla Vogel verliest die dazugehörige Präambel und erklärt, dass diese mitsamt der Grafik des Wertekompasses nun Bestandteil der Beitrittsunterlagen sein soll.

- AG Green Production

Myriam Zschage erzählt, dass die Sektion die Mitgliedsfirmen vor 3 Jahren erstmals für das Thema sensibilisiert hat. Daraufhin wurden Informationen, Tipps, Dienstleisterlisten etc. auf unserer Website zur Verfügung gestellt und auch Green Production Workshops in Hamburg und Berlin angeboten. Vereinzelt haben Mitgliedsfirmen daraufhin ihre Produktionsprozesse angepasst, doch es gibt noch sehr viel Luft nach oben.

Die Anforderungen an ökologisch verantwortungsbewusstes Produzieren nehmen immer mehr zu und haben bereits in verschiedene Förderregularien Einzug gefunden. Das Filmförderungsgesetz beispielsweise erfordert ab dem 01.01.2022 „grünes Produzieren“, Schlussratenzahlungen sind daran gebunden. Dasselbe gilt für alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sowie private Streamingdienste. Aber auch in unsere Branche fragen Kunden und Agenturen immer häufiger eine grüne Produktion an, daher dürfen auch unsere Mitgliedsfirmen zukünftig gerne vorbereitet sein.

Die herkömmliche Herstellung von Filmprojekten verursacht sehr hohe Treibhausgas-Emissionen und Ressourcenverbräuche und trägt damit mehr, als es vielen in unserer Branche bewusst ist, zum Klimawandel bei.

Myriam Zschage veranschaulicht den „ökologischen Schaden“ den unsere Branche anrichtet anhand eines Bildes: Der durchschnittliche Verbrauch einer/eines Deutschen beträgt 8-10 Tonnen Co2/ Jahr. Die Produktion eines 90-minütigen Tatorts verursacht ca. 100 Tonnen Co2. Wir müssen also handeln und wollen aufzeigen, welchen Impact auch schon kleine Umstellungen haben. Daher planen wir erneut Workshops für unsere Sektion. Der Gesamtverband der PA hat in Abstimmung mit Förderern, Sendern, Verbänden der Produktionswirtschaft sowie einzelnen Produktionsfirmen ökologische Mindeststandards entwickelt, welche auch wir uns zu eigen machen könnten. Myriam Zschage stellt die wichtigsten Hotspots kurz vor.

Es folgt eine kurze Impulsrede von Dimitri Hempel (EASYdoesit), der seit Anfang dieses Jahres alle Produktionen klimaneutral durchführt und die Co2-Bilanz für sein Unternehmen in Zusammenarbeit mit ClimatePartner erstellt.

- AG Buyoutplattform

Corinna Nugent bedankt sich bei den AG Teilnehmern Carlo Walther/ TPF Film, Simon Ruch/ 27KM, Frank Siegl/ Zauberberg und Sebastian Schroer.

Sabine Gehrisch/ G& K Film möchte gerne ebenfalls an der AG teilnehmen.

Mittlerweile archivieren einige Kunden und Agenturen ihre Projekte über die Buyoutplattform von CFS Krug. Eine Zusammenarbeit mit dieser Plattform erschien der AG nicht sinnvoll und praktikabel. Deswegen wird versucht, eine eigene Verbands-Plattform zu entwickeln. Momentan wird noch geprüft mit welchem Dienstleister dieses Projekt umgesetzt werden kann und über welche Funktionen diese Plattform tatsächlich verfügen muss. Insgesamt dürfen die Datensätze nicht zu komplex werden, aber sie sollte sowohl über ein Archiv als auch über eine Erinnerungsfunktion beim Ablauf eines Buyouts verfügen.

Die Mehrheit der Mitgliedschaft spricht sich für die Erstellung einer verbandseigenen Buyoutplattform aus.

- AG Postproduktion

Martin Klauer berichtet.

Die AG trifft sich ca. alle 3 Monate.

Für einige Themen haben sich die Postproduktionen auch mit einigen Filmproduktionen in einer AG zusammengeschlossen, um den direkten Austausch zu nutzen.

Ein Ergebnis ist das Dokument über den Umgang mit Social-Media-Abformate, welches nächste Woche auch in einer englische Übersetzung an die Mitgliedschaft verschickt wird. Außerdem wurde die VFX-Auftragsbestätigung in dt. und engl. um den Punkt „Höhere Gewalt“ (inkl. Pandemien) ergänzt. Auch dieses Dokument wird nächste Woche in die Mitgliedschaft versendet.

Martin Klauer dankt den AG Teilnehmer*innen Christina Schatten/ acht Hamburg, Nadine Chodan / acht Frankfurt, Martin Herzberg / bEpic, Christan Käutner / Chamaeleon Digital, Peer Münster / Infected, Chtistoph Stingel / Deli Creative, Justin Mundhenke / Tempomedia, Lars Dunker/ Bakery Films, Thorben Zoeger / Soup Film.

Zusätzlich wurde die AG „Buyouts für Charackter-Entwicklung / Design“ gegründet, weil es immer wieder zu Diskussionen zwischen Postproduktionen und Kunden/Agenturen bei diesem Thema gibt.

Ziel ist es, eine einheitliche Abrechnungsgrundlage für die Nutzung von Charactern und Design zu entwickeln und im Markt zu platzieren.

Teilnehmer dieser AG sind:

Heiko Burkardsmaier/ Mackevision, Martin Herzberg / bEpic, Pablo Bach / Sehnsucht, Philippe Stalla / Parasol Island, Linus Ewers / Brickbeach.

- AG Code of Conduct

Ulla Vogel berichtet, dass die AG CoC zurzeit ruht, die Hauptarbeit wurde im vergangenen Jahr bis zu diesem Sommer geleistet. Sollten pandemiebedingt wieder aktuelle Anlässe bestehen, dann wird die AG sich kurzfristig hierzu abstimmen und diese Themen bearbeiten.

Zusätzlich arbeitet Ulla Vogel in einer sektionsübergreifenden AG der Produzentenallianz mit, die im engen Austausch mit der Virologin Frau Professor Gärtner und der BG ETEM steht. Sollte sich also Veränderungen in der Handlungshilfe der Berufsgenossenschaft ergeben, wird die Mitgliedschaft weiterhin auch auf diesem Weg zeitnah informiert werden können.

Ulla Vogel bedankt sich bei allen AG Teilnehmer*innen: Nadine Thoma (FoxDevil), Stephan Brockmann (Markenfilm), Philipp Schmalriede (Cobblestone), Hannes Heidenreich (Stereo Film), Moritz von Schrötter (Parasol Island), Kim Düsseldorf (Parasol Island) und Corinna Nugent.

Ebenfalls ein Dankeschön an die Produzentenallianz AG mit Juliane Müller, Oliver Castendyk, Tim Greve und Stefan Oelze für die wertschätzende und kollegiale Zusammenarbeit!

- Zusatzvereinbarungen Covid-19

Myriam Zschage berichtet, dass die Sektion Anfang August die Covid Klausel um einen 4. Punkt erweitert hat. Dieser lautet wie folgt: *„Der Werbefilmproduzent hat die Folgen von Mehrkosten aufgrund der Verwirklichung eines Covid-19 Risikos dann zu vertreten, wenn die Mehrkosten darauf beruhen, dass er Verstöße gegen die Arbeitsschutzverordnung verantwortet. Den Werbefilmproduzenten trifft eine Darlegungslast in Bezug auf die von ihm ergriffenen Maßnahmen.“*

Diese Ergänzung sollte bitte von jeder Mitgliedsfirma in die eigene SCoPE Vorlage eingepflegt werden, ebenso in den Filmherstellungsvertrag.

Es wird die Frage gestellt, ob diese Klausel für die Mitglieder günstig ist, da diese ggf. beweisen müssen, arbeitsschutzrechtliche Maßnahmen ergriffen zu haben. Dr. Martin Feyock klärt dahingehend auf, dass es sich lediglich um eine Darlegungs- nicht aber um eine Beweislast handelt, welche relativ einfach von jedem/r zu erbringen sei. Insbesondere bei Kunden, die sich bis jetzt gegen „unsere“ Covid Klausel verwehrt haben, trifft diese Ergänzung auf positive Resonanz.

- Bericht Treffen der Jungen Produktionen

Alexander von Wasielewski berichtet von der Gruppe der „Jungen Produktionen“, die durch ihn und Ulla Vogel organisiert und auch in der Pandemie via Zoom durchgeführt wurden. Hier soll Platz sein für Fragen, die eventuell nicht in einer großen Runde wie der Mitgliederversammlung besprochen werden.

Es wird ausdrücklich betont, dass jede/r willkommen ist und sich bei Ulla Vogel melden darf, um in den E-Mail Verteiler oder in die Whatsapp Gruppe addiert zu werden.

3.3. Tätigkeiten der DWA im letzten halben Jahr

Ulla Vogel berichtet, dass auch die Deutsche Werbefilmakademie die Pandemiezeit produktiv nutzen konnte, um die notwendige Modernisierung zu starten.

Hierzu gehört nicht nur, dass nicht mehr nur Gewinner*innen des Deutschen Werbefilmpreises als Berufene Mitglieder aufgenommen werden, sondern auch Nominierte und durch die Akademie Eingeladene – hierdurch soll u.a. die Sichtbarkeit von Frauen in der Werbefilmbranche gestärkt und unterstützt werden.

Dies hat dazu geführt, dass zum jetzigen Zeitpunkt die Akademie mehr als 200 Berufene Mitglieder hat. Hiervon sind 41 weiblich (2020 waren es 16 Frauen).

Beim diesjährigen DWP wurde auch zum ersten Mal das Gewerk Kostüm ausgezeichnet – dies hat u.a. auch zur Verstärkung der weiblichen Mitgliederzahlen geführt.

Eine weitere Neuerung ist der Start in das digitale Zeitalter – pandemiebedingt wurde der DWP zum zweiten Mal über den Instagram Channel (deutscherwerbefilmpreis) verliehen. Diese Möglichkeit nimmt die Akademie zum Anlass, die Transformation in das digitale Zeitalter weiterzuführen und bespielt den Channel auch mit den diesjährigen Events des Christian Köster Förderpreises sowie des Speed Recruitings (als Ankündigungen im Feed). Langfristig soll der Channel umbenannt werden in deutschwerbefilmakademie und alle Aktivitäten sollen digital begleitet bzw. abgebildet werden.

Ulla Vogel spricht auch zukünftig geplante physische Workshops, sowie das Thema der Nachwuchsförderung durch die DWA an. Das Thema Nachwuchs ist wichtiger denn je und es gibt neben dem Förderpreis und Speed Recruiting Ideen und Konzepte in der Entwicklung durch die Geschäftsstelle Hamburg.

4. Bericht TWF

Dr. Martin Feyock berichtet.

2005 wurde die TWF vom VDW (Vorläuferverband der Sektion Werbung) gegründet, die Zulassung wurde 2008 erteilt. Seit 2011 werden Gelder ausgeschüttet.

Aufgrund von Interessenskonflikten hat man sich bewusst dagegen entschieden, die TWF in die PA einzubringen, da diese ihre eigenen Verwertungsgesellschaften besitzt.

4.1 Verteilung

Innerhalb der letzten 10 Jahre wurden ca. 33.000.000,00 € an Rechteinhaber ausgezahlt – nicht nur an Produzenten, sondern seit 2017 auch an Urheber (ausgenommen, Komponisten, Darsteller, Musiker, aber inkl. Skript).

Durch die vermehrte Ausschüttung gerade in den letzten 2 Jahren ist das Feedback auf den Verband sehr positiv.

Die Ausschüttung ist bis 2019 fast abgeschlossen. Einige Meldungen werden momentan in einem Verfahren bzgl. der Abgrenzung geprüft.

Die Nachholeffekte der letzten Jahre wird es zukünftig in dem Maße nicht mehr geben.

Für 2021 wird es aus den beiden Erlösquellen Einnahmen geben, die dann im nächsten Jahr entsprechend ausgeschüttet werden.

Unser Ziel ca. 1.000.000,00 € an die Produzenten ausschütten zu können, sollte auch zukünftig eingehalten werden können. Dieses hängt extrem von den Geräteumsätzen ab.

4.2 Neues Urheberrecht

Im Juni 2021 gab es eine Urheberrechts-Reform. Dabei wurde das neue Urheberdienstanietersgesetz erlassen.

Dienstanieters können jetzt für die hochgeladenen Inhalte ihre Nutzer haftbar gemacht werden und sind für die Inhalte verantwortlich.

Der Gesetzgeber hat einen Direktanspruch der Urheber geschaffen, d.h. wenn unsere Kunden (die ihre Rechte erwerben) diese Inhalte youtube zur Verfügung stellen, muss youtube diese trotzdem noch einmal vergüten und an die Kunden weiterreichen.

Dieser Direktvergütungsanspruch gilt leider nicht für die Leistungsschutzrechte (Produzenten).

5. Aktuelle Themen in der Mitgliedschaft

5.1 Arbeitsrecht / Arbeitsschutz / Prüfung Tarifvertrag für Sektion Werbung

Martin Wolff berichtet über den Verdi Tarifvertrag und die Bemühungen der Sektion Werbung die Arbeitszeitenregelungen aus dem Tarifvertrag zu übernehmen. Nach intensiver Prüfung wurde die Option verworfen, dass die Werbefilmproduzenten Tarifpartner werden. Gerade werden mit Bassam Saleh, einem Arbeitsrechtler und mit Professor Oliver Castendyk von der Produzentenallianz Arbeitsvertragsentwürfe entwickelt,

um die längeren Arbeitszeitenregelungen aus dem Tarifvertrag dort wirksam zu verankern. Es wird ein Vertrag für festangestellte Mitarbeiter und ein weiterer auf Projektbasis für freie Mitarbeiter erstellt. Die Schwierigkeit besteht darin, dass die prozentual festgehaltenen Überstunden-, Nacht- und Wochenendaufschläge aus dem Tarifvertrag nicht auf unsere übertariflichen Gagensätze in der Werbung voll zur Anwendung kommen.

Martin Wolff weist darauf hin, dass es vermehrt zu Prüfungen von den Gewerbeaufsichtsämtern kommt, die bei Dienstleistern (bspw. Equipmentverleihern, die auch das Personal anbieten) Stundenzettel prüfen.

Er ergänzt, dass sich zur Zeit immer mehr Arbeitsbereiche organisieren (Aufnahmeleiter, PA's, Beleuchter etc.), mit denen das Gespräch gesucht werden soll, um eine gemeinsame Lösung und Linie zu finden, die Arbeitszeiten und die damit verbundenen Vergütungen auf Dauer zu vereinheitlichen und berechenbar zu machen.

5.2 AG Versicherungen

Martin Wolff berichtet, dass leider krankheitsbedingt noch kein Treffen der neu gegründeten AG stattfinden konnte. Er weist alle daraufhin, dass bei Fragen zu Schadensfällen innerhalb von Produktionen, diese aber gern bei Klärungsbedarf an die AG weitergetragen werden dürfen und dann bearbeitet werden.

5.3 Brexit Laufzettel

Martin Wolff berichtet über die mit dem BREXIT verbundenen Herausforderungen für die Beschäftigung von britischen Crewmitgliedern in Deutschland und anderen EU- bzw. Schengenstaaten. Hierzu hat Dr. Martin Feyock eine Fachkanzlei beauftragt, die gemeinsam mit Martin Wolff, Dr. Martin Feyock und Ulla Vogel eine Art „Gebrauchsanweisung“ für die Mitgliedschaft erstellen soll.

Vorab: deutsche Produktionen können unter Beachtung von zwei Punkten mit UK Crew in Deutschland ohne Arbeitsvisum arbeiten, wenn:

- das britischen Crewmitglieds in den letzten 180 Tagen nicht mehr als 90 Tage im Schengener Raum sich aufgehalten hat und er/sie das möglichst gut dokumentiert, um nicht ggf. an der Grenze bei der Einreise in den Schengener Raum abgewiesen zu werden (hierzu wird ein Formular entwickelt mit der Fachkanzlei, dass den Sektionsmitgliedern mit dem Laufzettel zur Verfügung gestellt wird).
- der britische Mitarbeiter in den letzten 12 Monaten nicht auf mehr als 90 Arbeitstage kommt inkl. des nun anstehenden Projektes (ohne Arbeitsvisum). Bei den Arbeitstagen zählen alle Aufenthaltstage für ein Projekt inkl. Einreise- und Ausreisetag. . Martin Wolff weist aber in diesem Fall darauf hin, dass es in bestimmten Fällen Sinn macht, ein Arbeitsvisum bei der Londoner Botschaft zu beantragen – diese Aufenthalte mit Arbeitsvisum zählen dann nicht bei der Ermittlung der 90 Tage mit.

Komplizierter werden kann es bei Drehs mit UK Crew im europäischen Ausland, da die Staaten alle ein unterschiedliches Procedere vorsehen. Somit muss momentan jede

deutsche Produktion sich die Informationen für das europäische Ausland einholen, wenn sie mit einem UK Crewmitglied nicht in Deutschland dreht oder arbeitet.

Die Sektion hat das Beispiel Spanien auch durch die Fachkanzlei erarbeiten lassen. Im Gegensatz zu Deutschland, welches für den filmischen Bereich die kulante 90 Tage-Regelung anwendet, muss in Spanien in jedem Fall ein Arbeitsvisum bei der spanischen Botschaft in England beantragt werden,

In jedem Land im Schengener Raum kann das unterschiedlich geregelt sein und muss mit entsprechenden Vorlauf früh von der Produktion geprüft werden.

Eine Überprüfung aller Länder kann die Sektion leider nicht leisten.

Sobald die Gebrauchsanweisung/der Laufzettel final fertig gestellt wurde, wird die Geschäftsstelle Hamburg diesen in die Mitgliedschaft zirkulieren.

5.4 Steuerprüfungen / Rentenversicherungsprüfungen

- Martin Wolff berichtet von einem strittigen Fall in der Mitgliedschaft, in dem Tonstudiokosten komplett (alle Dienstleistungen wie Mischung, Aufnahmen etc.) der KSK unterworfen werden sollen. In diesem Fall handelt es sich um ein Tonstudio, das keine GmbH (eigene juristische Person) ist (Einzelunternehmer oder GbR) – hier führt der Prüfer das Argument des kreativen Berufes „Toningenieur“ an und folgt demnach, dass die KSK durch die Bezugnahme auf die Komplettschuld der Tonstudiorechnung ermittelt werden muss. Der Fall ist noch nicht abgeschlossen, Martin Wolff bittet die Mitgliedschaft, dies zukünftig kritisch zu beachten, wenn man mit Tonstudios (Einzelunternehmer, GbR) zusammenarbeitet. Dr. Feyock teilt die Ansicht des Prüfers nicht und erwägt einen Musterprozess zu führen.

- Martin Wolff berichtet von einem weiteren internen Fall, in dem Catering-Kosten nicht als volle Betriebsausgaben angesehen wurden.

Für Angestellte der Produktion wird das Catering als geldwerter Vorteil üblicherweise in der Lohnsteuerabrechnung beachtet.

Für Kunden, Agenturmitarbeiter, Gäste, freie selbständige Mitarbeiter und Mitarbeiter von Subunternehmern soll das Catering als Bewirtungskosten nur eingeschränkt als Betriebsausgabe abzugsfähig sein. Diese Fälle gibt es in der Mitgliedschaft offensichtlich vermehrt, und es wird beschlossen, zukünftig dies durch einen Kalkulationsaufschlag von 10 % auf die Cateringkosten in dem Kalkulationsformular SCoPE zu berücksichtigen.

- weiterer offener Fall: Sozialversicherungspflicht von Models – hierzu berichtet Martin Wolff, dass ein Prüfer bei einem Mitglied die Models der Sozialversicherungspflicht unterwerfen wollte. Bisher war eigentlich gängige Praxis, dass Models als Gewerbetreibende einer selbstständigen Tätigkeit nachgehen und gerade nicht sozialversicherungspflichtig sind. Die Sektion wird den Fall weiter beobachten.

Martin Wolff bittet die Mitgliedschaft ihre Erfahrungen bei Prüfungen aller Art mit der Geschäftsstelle zu teilen und sie auf dem Laufenden zu halten.

6. Verschiedenes / Sonstiges

6.1 Umstrukturierung der Website der Werbefilmproduzenten

Corinna Nugent präsentiert das neue Design.

Die Geschäftsstelle hat beschlossen, dass die Website der Werbefilmproduzenten eine Überarbeitung braucht. Insbesondere der Downloadbereich ist mittlerweile etwas unübersichtlich geworden. Die neue Seite soll benutzerfreundlicher sein und die Mitglieder sollten möglichst schnell und einfach zu den von ihnen gesuchten Informationen gelangen. Die Downloads sind jetzt in verschiedene Kategorien eingeteilt. Ebenso gibt es eine neue Suchfunktion nach Stichwörtern.

FOCUS ON: Hier möchten wir regelmäßig, die von den Mitgliedern produzierten Werbefilme, präsentieren. Dafür bitte ein mp4 mit den entsprechenden Credits an folgende email senden: cn@werbefilmproduzenten.de

Sobald die Seite finalisiert ist, wird die Mitgliedschaft darüber informiert werden.

6.2 AKKUART Summer Academy

Myriam Zschage begrüßt Rocco Kopecny (Akkurat) der Diversität in unserer Branche fördern möchte. Dazu erläutert Rocco Kopecny die Initiative.

In den Räumen von akkurat.labs haben Vorträge von Expert*innen stattgefunden, um vor allem Menschen mit familiärer Zuwanderungshistorie einen Einblick in verschiedene Berufe der Filmbranche zu ermöglichen. Über eine Art „Mentor-Ship“ Programm möchte Akkurat dazu beitragen, branchenfremdem Menschen einen leichteren Zugang zur Berufswelt von Film, Fernsehen und Werbefilm zu schaffen. Myriam Zschage bedankt sich und ergänzt, dass unsere Branche auch dazu beitragen sollte, Deutschland als Standort für internationale Koproduktionen durch mehr Vielfalt zu stärken und dem Mangel an Fachkräften langfristig entgegenzuwirken.

In der deutschen Filmindustrie herrscht beim Thema 'Diversity' ein enormer Aufholbedarf. Das betrifft die Vielfalt der Geschichten, die wir erzählen, aber auch die Diversität von Cast und Crew bei Filmproduktionen, die schlichtweg nicht unsere Lebensrealität reflektiert.

6.3 Ausblick Förderpreis / Speedrecruiting 2021

Myriam Zschage erzählt, dass die Akademie beschlossen hat, den Förderpreis umzubenennen, und zwar nach ihrem Ehrenmitglied, dem im Herbst 2019 verstorbenen Christian Köster. Damit soll auch an sein Lebensmotto "**In everyone's life there is a time to learn, a time to create and a time to teach**" erinnert werden. Der Förderpreis heißt ab sofort Christian Köster Förderpreis und wird in diesem Jahr am Mittwoch, den 29.09.21 von 10-12 Uhr stattfinden. Erstmals werden mehrheitlich Regisseurinnen ihre Konzepte pitchten, das ist eine kleine Revolution und läutet vielleicht einen Zeitenwandel ein?

Für die Live-Jury konnten in diesem Jahr der Texter + Autor André Hennen, COO Petra Monheim von The Marmalade, die Regisseurin Julia Mücke, sowie die Executive Producerin Ada Zuiderhoek von Soup Film gewonnen werden.

Das Publikum kann leider nicht physisch teilnehmen, darf sich aber sehr gerne live per Airmeet dazu schalten. Am Nachmittag bittet Myriam Zschage alle wieder einzuschalten, da wird es auf derselben Plattform die Preisverleihung zu sehen geben.

Das Speedrecruiting wird in diesem Jahr ebenfalls erstmals als virtuelle Edition stattfinden. Es findet statt am Donnerstag, den 30.09.21 von 10-13 Uhr, eine vorherige Anmeldung war erforderlich.

6.4 Workshopreihe „Werbefilm verstehen“

Leider musste diese Reihe pandemiebedingt pausieren.

Die Geschäftsstelle arbeitet gerade an einem neuen Konzept, welches zeitnah der Mitgliedschaft präsentiert wird.

6.5 Ausblick nächste MGV

Die nächste, hoffentlich rein physische Mitgliederversammlung wird voraussichtlich am Donnerstag, den 07. April 2022 in Hamburg stattfinden.

6.6 Sonstiges

Myriam Zschage berichtet, dass vereinzelt Mitgliedsfirmen, insbesondere solche mit eigenen „Content Units“ sich mit der Frage von Nachbudgetierung von Social Media Abformaten /Content Produktionen bei nachträglichem TV Einsatz beschäftigen.

Diese Frage wurde im Vorstand erörtert. Die Empfehlung ist grundsätzlich die, dass jede Produktion je nach Anforderungen kalkuliert werden sollte – unabhängig für welches Medium. Ein aufwendiges Konzept ist nicht billiger, weil es nur fürs Internet produziert wird. Die Produktion sollte das Budget je nach Auswahl der Crew festsetzen. Ein einheitliches Vorgehen unter den Produktionen wäre erstrebenswert. Ggf. wäre es sinnvoll, diese Frage in der nächsten MGV im größeren Plenum zu beleuchten.

Ein weiteres Thema ist der Rechteeinkauf bzw. sind die Darsteller Buyouts. Immer mehr Kunden verlangen einen zeitlich, räumlich, uneingeschränkten Rechteeinkauf der Darsteller. Unsere Mitgliedsfirmen fragen sich, ob das rechtlich überhaupt wirksam vereinbar ist? Wie sind Urheberrecht und Persönlichkeitsrecht zu bewerten?

Dr. Martin Feyock klärt auf, dass es im TV Geschäft üblicherweise ein Total Buyout gibt, welches in unserer Branche jedoch völlig unüblich sei. Das liegt vor allem daran, dass die Darsteller*innen ihr Gesicht nicht zeitlich unbegrenzt nur für 1 Produkt zur Verfügung stellen wollen, da sie dann häufig für andere Produkte gesperrt sind. Es ist wichtig, dass wir alle gemeinschaftlich Aufklärungsarbeit bei Kunden (und Agenturen) leisten.

Anschließend Mittag und Ende der Versammlung.
(cn/mz/uv)