

Pitchleitfaden Commercial



Inhaltsverzeichnis



1	Intro	Seite 3	6	Umfang Angebot	Seite 8
2	Art der Anfrage	Seite 4	7	Pitch Cost Share	Seite 9
3	Rolle der Agentur	Seite 5	8	Rechteübertragung	Seite 10
4	Anzahl Teilnehmende	Seite 6	9	Der Ablauf	Seite 11
5	Offenlegung der Teilnehmenden	Seite 7	10	Offerten-Vergleichbarkeit	Seite 12

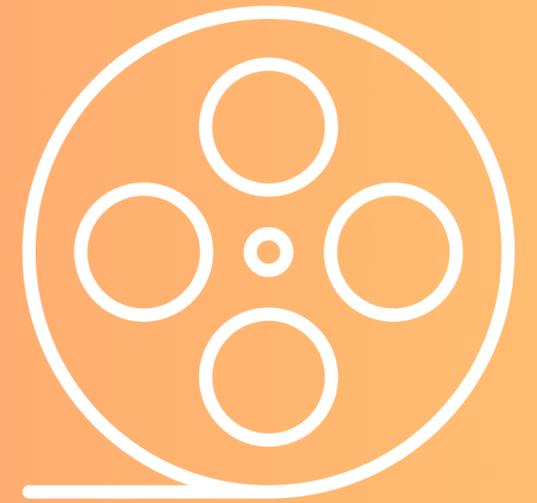
1 Intro



Im Rahmen von Pitches bei Werbefilmen werden Filmproduktionsfirmen von Kund:innen oder von Werbeagenturen eingeladen, ihre Angebote zur Umsetzung einzureichen. Diese Angebote umfassen eine Directors Interpretation (DI) vom Treatment und/oder vom Storyboard, ein Produktions-Timing sowie eine entsprechenden Projekt-Kalkulation. Das Erstellen eines solchen Angebots ist mit substanziellem Aufwand verbunden. Damit dieser Aufwand für alle Beteiligten in einem sinnvollen Rahmen bleibt, sind gewisse Regeln notwendig. Diese Regeln sind auch in anderen Ländern üblich und dort im jeweiligen Pitchleitfaden festgehalten.

In einer ersten Phase prüft die Werbeagentur im Austausch mit Filmproduktionsfirmen, welche Directors für ein vorliegendes Projekt in Frage kommen. Bei der Evaluation können auch unverbindliche Richtpreis-Angaben oder mehrere sogenannte Directors-Calls stattfinden.

Der eigentliche Pitch ist eine verbindliche Ausschreibung für Angebote, welche eine DI, ein Timing und eine Kalkulation beinhalten (ab diesem Zeitpunkt werden erhebliche Kosten generiert).



2 Art der Anfrage



- Grundsätzlich soll ein Pitch nur **auf Basis eines reell bestehenden Auftrages** durchgeführt werden.
- Die Agentur bestätigt, dass sie **vom Kunden beauftragt** wurde (nicht selbst pitcht) und dass das Treatment oder Storyboard **vom Kunden freigegeben** wurden.

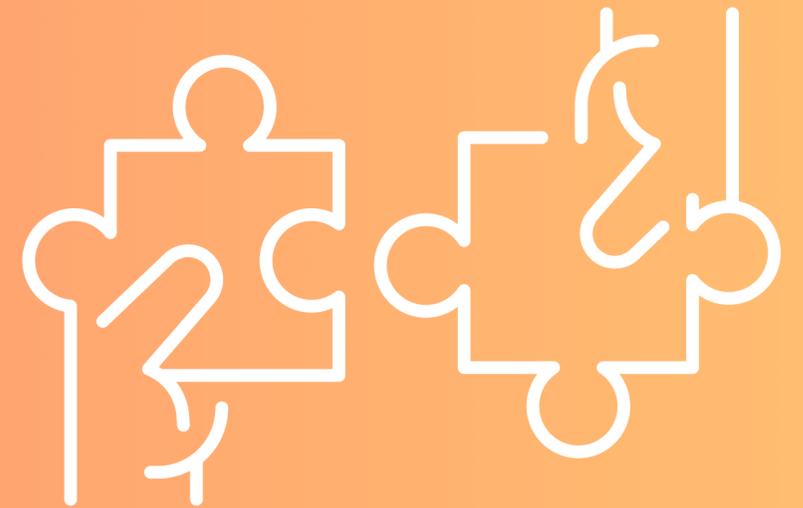


3 Rolle der Agentur



Folgende Fragen sind zu klären:

- Hat die Agentur die Vollmacht des Kunden oder der Kundin?
- Ist sie zu Entscheiden ermächtigt oder bleibt der Entscheid dem oder der Kund:in vorbehalten?



4 Anzahl Teilnehmende



- Es sollen **nicht mehr als 3 Produktionen** zum Pitch eingeladen werden.
- Jede Produktion erarbeitet vorzugsweise mit nur **einem Regisseur oder einer Regisseurin** die DI/Kalkulation/Timing.



5 Offenlegung der Teilnehmenden



- Der Kunde oder die Kundin/die Agentur informiert die am Pitch teilnehmenden Filmproduktionsfirmen betreffend **Mitbewerbenden** und ob eine **Inhouse-Produktion** an der Ausschreibung beteiligt ist.



6 Umfang Angebot



- Das **Angebot beinhaltet** eine **DI**, ein **Timing** und eine entsprechende **Kalkulation**.
- Die **Kalkulation basiert** auf dieser **DI** und dem **Timing**, welche integrierte Bestandteile des Angebots sind.



7 Pitch Cost Share



- Die abgelehnten Angebote werden honoriert. Sofern das Projekt nach dem Pitch **nicht zustande kommt**, erhalten alle am Pitch beteiligten Filmproduktionsfirmen ein **Pitch Cost Share**. Der Share wird von der Produktion – den Aufwänden entsprechend – an die Leistungsträger vergütet, wie z.B. an die Directors.
- Die Höhe vom Pitch Cost Share ist abhängig vom Budgetrahmen.

Dabei gelten folgende Richtwerte:

Budget bis CHF 100 000.–	Budget bis CHF 250 000.–	Budget bis CHF 500 000.–	Budget ab CHF 500 000.–
CHF 2 000.–	CHF 3 000.–	CHF 4 000.–	CHF 5 000.–



8 Rechteübertragung



Die Verwendungsrechte der in der DI gemachten Vorschläge **verbleiben bei den Rechteinhabern**. Möchte der Auftraggeber oder die Auftraggeberin oder die Agentur Ideen aus einer abgelehnten DI übernehmen, kann dies mit den Rechteinhabern **separat verhandelt** werden.



9 Der Ablauf



Auswahl-Phase

Vom Kunden freigegebenes Storyboard, Skript, Moodfilm oder Konzept

Regie-Vorschläge als Showreels mit Hinweis auf den Pitch Cost Share (Seite 11)

Conference Calls

Regie-Shortlist für Directors-Interpretation (DI)

Pitch Cost Share wird gemäss Teilnehmerzahl und Budget definiert



Pitch-Phase

Directors-Interpretation (DI)

Kalkulations- und Angebotserstellung

Feedbackrunde/DI-Anpassungen

Angebotsprüfung



Award-Phase

Kundenpräsentation

Auftragsvergabe

Produktionen, welche den Pitch nicht für sich entscheiden konnten, verrechnen den Pitch Cost Share

10 Offerten-Vergleichbarkeit



Um die Vergleichbarkeit von Offerten zu optimieren, wird der Einsatz der beiden Formulare empfohlen:

- **Produktions-Briefing**
(wird vom Auftraggebenden ausgefüllt)
- **Kosten-/Angebotsübersicht**
(wird vom der Produktionsfirma ausgefüllt)

