

PITCHLEITFADEN, COMMERCIAL

*Gendering: Zugunsten der Lesbarkeit wird in den Texten in diesem Konzept auf die Nennung mehrerer Geschlechter verzichtet. Wo die weibliche oder männliche Schreibweise verwendet wird, gilt diese ebenso für alle anderen Geschlechter.

Im Rahmen von Pitches bei Werbefilmen werden Filmproduktionsfirmen von Kunden oder Werbeagenturen eingeladen, ihre Angebote zur Umsetzung einzureichen. Diese Angebote umfassen eine Directors Interpretation (DI) von Treatment/Storyboard/Drehbuch, ein Timing sowie eine entsprechende 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.

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

Der eigentliche Pitch ist eine verbindliche Ausschreibung für Angebote, welche eine DI, ein Timing und eine Kalkulation beinhalten.

Art der Anfrage

Grundsätzlich soll ein Pitch nur auf Basis reell bestehender Aufträge durchgeführt werden. Die Agentur bestätigt, dass sie vom Kunden beauftragt wurde (nicht selbst pitcht) und dass Treatment, Storyboard und Drehbuch vom Kunden freigegeben wurden.

Anzahl Teilnehmer

Es sollen nicht mehr als 3 Produktionen zum Pitch (DI erarbeiten/kalkulieren) eingeladen werden. Jede Produktion erarbeitet vorzugsweise mit nur einem Regisseur eine DI/Kalkulation.

Offenlegung der Teilnehmer

Der Kunde oder die Agentur informiert die am Pitch teilnehmenden Filmproduktionsfirmen, wer am Pitch teilnimmt und ob eine Inhouse-Produktion an der Ausschreibung beteiligt ist.

Offenlegung des Budgetrahmens

Der Kunde oder die Agentur gibt den vorgesehenen Budgetrahmen bekannt.

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.

Präsentation DI

Die Präsentation der DI soll direkt durch den Regisseur oder die Produktionsfirma erfolgen dürfen. Der Vorteil dabei ist, dass keine Informationen verloren gehen und die am Projekt beteiligten Personen direkt Fragen stellen können.



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.

Die Höhe vom Pitch Cost Share ist abhängig vom Budgetrahmen. Dabei gelten folgende Richtwerte:

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

Rechteübertragung

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

Briefing für den Pitch

Um die Vergleichbarkeit von Offerten zu optimieren, empfehlen wir den Einsatz des Formulars „Produktions-Briefing“.