



Gemeinsame Vergütungsregeln und Durchführungsvereinbarung „Primetime Fiction“

zwischen

VSK - Verband der Berufsgruppen Szenenbild und Kostümbild e.V.

Isabellastraße 20

80798 München

- „VSK“ -

und

RTL Television GmbH und

VOX Television GmbH

Picassoplatz 1

50679 Köln

- gemeinsam und einzeln „Sendeunternehmen“ -

- VSK und die Sendeeunternehmen die „Parteien“ -

Präambel

- Die Parteien sind übereingekommen, Gemeinsame Vergütungsregeln nach § 36 UrhG für die Kostümbildner und Kostümbildnerinnen (nachfolgend einheitlich einzeln und bei Beteiligung mehrerer Personen an einer Produktion auch gemeinsam „Kostümbildner“ genannt) nachfolgend definierter Mediengruppen-Inhalte aufzustellen¹. Die Parteien setzen dabei für werbefinanzierte Fernsehveranstalter ein Prinzip der reichweiten- und vertriebserlösabhängigen Zusatzvergütung der Kostümbildner um.

¹ Es wird klargestellt, dass weder die Aufstellung noch die Anwendung dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln auf eine bestimmte Produktion ein Präjudiz oder ein Anerkenntnis für die urheberrechtliche Schöpfungshöhe der individuellen Mitwirkungsleistung des jeweiligen Berechtigten darstellt. Der VSK stellt klar, dass er die Interessen anderer Urheber nicht vertritt und insoweit auch kein Präjudiz für die Verhandlungen anderer Urheberverbände begründen kann, insbesondere über die in den Gemeinsamen Vergütungsregeln festgelegten Referenz- und Beteiligungreichweiten und Vertriebserebeteiligungsschwellen.

Lesefassung

Dies schließt ausdrücklich „Altfälle“, d.h. Produktionen und Auswertungen vor Inkrafttreten dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln, ein. Die Regelung zur Durchführung (Abschnitt E.) ist auch ein Vertrag zugunsten Dritter (§ 328 BGB), nämlich soweit dort ausdrücklich Ansprüche zugunsten der in den Anwendungsbereich fallenden Kostümbildner gegenüber den Sendeunternehmen begründet werden.

2. Die Parteien gehen davon aus, dass ein besonderer Erfolg eines Mediengruppen-Inhalts vorliegt, wenn
- a) in Deutschland die kumulierte Durchschnittsreichweite von drei Ausstrahlungen des jeweiligen Programmformats im Referenzzeitraum (sog. „Referenzreichweite“) um mindestens 40 % überschritten wird und/oder
 - b) die Erlöse des Vertriebs der Produktion im Ausland programmformatspezifische Erlöskorridore des Sendeunternehmens überschreiten.

Beide möglichen Erfolgsszenarien sollen unabhängig voneinander bewertet und in Form einer weiteren Beteiligung honoriert werden. Es wird klargestellt, dass ein besonderer Erfolg auch in solchen Fällen vorliegen kann, in denen die Voraussetzungen eines gesetzlichen Anspruchs auf Fairnessausgleich gemäß § 32a Abs. 2 UrhG noch nicht erfüllt sein müssen, aber durchaus erfüllt sein können.

Definitionen

Konvergenter Bewegtbildstandard

Zusammenführung der Free TV Reichweite mit Streamingdaten aus der Zensus- und Panelmessung gemäß der Konventionen der AGF Videoforschung GmbH in ihrer jeweils gültigen Fassung (aktuelle Fassung als Anlage 1).

Finanzierungsbestandteile

Verleih- und Vertriebsgarantien und andere Erträge der Sendeunternehmen, die im von der etwaigen Förderung anerkannten Kostenplan des Produzenten zur Finanzierung der Herstellungskosten ausgewiesen, vom Sendeunternehmen an den Produzenten bezahlt und auch tatsächlich so verwendet worden sind; Film- und Fernsehförderungen, unabhängig von ihrer Natur (bspw. [bedingt] rückzahlbar oder nicht), zählen ebenfalls zu den Finanzierungsbestandteilen.

Free TV Reichweite

Die bei der jeweiligen Ausstrahlung in Deutschland erzielte TV-Reichweite in der Zielgruppe nach der Maßgabe der von der Gesellschaft für Konsumforschung Nürnberg (oder von deren

Mediengruppe	Nachfolger) erarbeiteten, durchschnittlich gewichteten Zahlen (integriertes Panel einschließlich digitaler Fernsehnutzung) unter Zugrundelegung der AGF-Konventionen in ihrer jeweils gültigen Fassung, kaufmännisch gerundet auf 2 Dezimalstellen (s. Anlage 1, aktuelle Fassung abrufbar unter https://www.agf.de/agf/konventionen).
Mediengruppen-Inhalte	Mediengruppe RTL Deutschland GmbH Voll- oder ko-finanzierte fiktionale Auftragsproduktionen sowie Ko-Produktionen mit majoritärer Beteiligung eines Sendeunternehmens von Produktionsfirmen mit Sitz in Deutschland im Auftrag der Sendeunternehmen für die hier gegenständlichen Programmformate. Ko-Produktionen mit minoritärer Beteiligung eines Sendeunternehmens gelten als Mediengruppen-Inhalte, sofern diese von einem majoritären (Ko-)Produzenten, der seinen Sitz in Deutschland hat, hergestellt worden sind. Lizenzeinkäufe sind keine Mediengruppen-Inhalte ² . § 32b UrhG bleibt unberührt.
Movie	Fiktionales Programmformat (inkl. Mehrteilern und Reihen) mit einer Länge von je ca. 90 Min. (netto); hierzu zählen auch Kinospielefilme.
Prime Time	20.00 Uhr bis 23:00 Uhr
Referenzreichweite	Grundlage für die Reichweitenbeteiligung der Kostümbildner. Zur Berechnung der Referenzreichweite wurden sämtliche selbständigen Ausstrahlungen jedes definitionsgemäß zu dem jeweiligen Programmformat (Sitcom/Serie/Movie) gehörenden Mediengruppen-Inhalts betrachtet. Bei der Berechnung der programmformatspezifischen Durchschnittsreichweiten wurden jeweils nur diejenigen ersten maximal drei selbständigen Ausstrahlungen berücksichtigt, die a) innerhalb des Referenzzeitraums, b) in dem ursprünglich intendierten Programm und c) mit einem Sendebeginn innerhalb der Prime Time erfolgt sind. Die Reichweite einer etwaigen unselbständigen Wiederholung wurde der zugehörigen selbständigen Ausstrahlung zugerechnet. Nachdem für das jeweilige

² Bei Lizenzeinkäufen handelt es sich ganz überwiegend um ausländische Produktionen mit stark eingeschränktem Rechtheumfang. Die Sendeunternehmen haben weder Kenntnis noch Einfluss auf die Gestaltung etwaiger Folgevergütungen für die Urheber, die sich ggf. aus den ausländischen Individual- und/oder Kollektivregelungen ergeben können.

Referenzzeitraum	01.01.2007 – 31.12.2016
Rückwirkungszeitraum	01.01.2010 – 31.12.2019
Sendeunternehmen-Vertriebserlöse	Programformat die ungewichtete ³ Durchschnittsreichweite eines Runs berechnet wurde, wurde dieser Wert mit drei multipliziert. Tatsächlich beim Sendunternehmen eingehende und verbleibende Nettoerlöse aus dem Auslandsvertrieb eines Mediengruppen-Inhalts, soweit es sich nicht um Finanzierungsbestandteile handelt. Von den eingehenden Bruttoerlösen sind tatsächlich anfallende Steuern (Umsatz-, sonstige in- oder ausländische Verkehrssteuern sowie Quellensteuer) abzuziehen. ⁴ Zulässig ist auch der Abzug der ggfls. mit Produzenten oder dritten Lizenzgebern der Mediengruppen-Inhalte vertraglich vereinbarten Erlösbeteiligungen. Es wird klargestellt, dass etwaige Beteiligungen anderer Dritter, insbesondere anderer Urheber oder ausübender Künstler, nicht vorabzugsfähig sind.
Serie	Fiktionales Programmformat mit einer Länge von je ca. 45 Min. (netto)
Sitcom	Fiktionales Programmformat mit einer Länge von je ca. 22,5 Min. (netto)
Unselbständige Wiederholung	Ausstrahlung des gleichen Mediengruppen-Inhalts innerhalb von 48 Stunden im gleichen Programm mit einem Sendebeginn außerhalb der Prime Time
Zielgruppe	14 bis 49 Jahre
Zusatzvergütung	Reichweitenbeteiligung und Vertriebsbeteiligung

A. Anwendungsbereich:

I. Persönlich

Die Gemeinsamen Vergütungsregeln finden einerseits Anwendung auf die Sendunternehmen.

³ „Ungewichtet“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass innerhalb der Programmformate keine Gewichtung nach der exakten Sendelänge stattfindet. Es macht also keinen Unterschied, ob ein Movie 89 oder 91 Minuten Lauflänge hat.

⁴ Im Falle des Eigenvertriebs in das Ausland kann der Sender eine Provision von 25 %, eine Kostenpauschale von 5 % sowie ggf. anfallende Synchron- und Untertitelungskosten abziehen. Die Sendunternehmen haben den Eigenvertrieb ab 2007 auf die deutschsprachigen Territorien beschränkt. Sofern die Sendunternehmen während der Laufzeit dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln die Rückkehr zum Eigenvertrieb außerhalb der deutschsprachigen Territorien beabsichtigen, werden die Parteien eine angemessene Provision und Kostenpauschale im Rahmen der Grundsätze sparsamer Wirtschaftsführung evaluieren und diese Regelung ggf. für die Zukunft anpassen.

Sie finden andererseits Anwendung auf Kostümbildner, die auf Grundlage eines Vertrags, der dem deutschen Recht unterliegt oder dessen Gegenstand maßgebliche Nutzungshandlungen im räumlichen Geltungsbereich des Urhebergesetzes sind, für Mediengruppen-Inhalte für das Kostümbild als künstlerische Gestaltung sämtlicher Kostüme eines Filmwerks⁵, im Einzelnen wie in der Gesamtheit ihrer Erscheinung und Darstellung, verantwortlich waren oder sind. Dies gilt unabhängig von einer Mitgliedschaft im VSK.

II. Sachlich

1. Sachlich umfassen diese Gemeinsamen Vergütungsregeln Nutzungen von Mediengruppen-Inhalten durch die Sendeunternehmen, soweit diese Nutzungen auf Rechten beruhen, die ein Sendeunternehmen originär vom Auftragsproduzenten erworben hat (Erstlizenz). Ebenso umfasst sind Nutzungen, die auf Rechten beruhen, die ein Sendeunternehmen oder ein mit diesem im Sinne von § 15 AktG verbundenes Unternehmen nach Ablauf der Erstlizenz vom Auftragsproduzenten erwirbt. Ebenso werden die in diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln genannten Nutzungen von Lizenznehmern und Sublizenznehmern (z.B. Videogrammauswertung einer Auftragsproduktion), die ihre Rechte von einem Sendeunternehmen oder einem diesem im Sinne von § 15 AktG verbundenen Unternehmen ableiten, bei den Sendeunternehmen erfasst. Es wird klargestellt, dass Nutzungen Dritter (einschließlich mit den Sendeunternehmen im Sinne von § 15 AktG verbundener Unternehmen), die auf Rechten beruhen, die das Sendeunternehmen im Rahmen des ursprünglich vereinbarten Produktionsvertrags nicht erworben hat, weil der Produzent sie anderweitig verwertet (z.B. Weltvertriebsrechte oder Videogrammrechte), nicht von diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln umfasst sind, selbst wenn es sich um einen Mediengruppen-Inhalt handelt.
2. Gegenstand dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln sind nur fiktionale Programmformate, die auf der Grundlage eines auf Dialogebene ausformulierten Drehbuchs für die Erstausstrahlung in der Prime Time eines Sendeunternehmens hergestellt werden. Dazu zählen auch Sitcoms, die wie fiktionale Serien produziert werden (z.B. „Alles Atze“, „Ritas Welt“, „Nikola“).
3. Sogenannte Scripted-Reality-Formate (wie z.B. „Betrugsfälle“, „Die Trovatos“, „Der Blaulicht-Report“ oder „Suspects“ etc.), Sketch-Comedy-Formate (wie z.B. „Geile Zeit“ oder „Ich bin Boes“, etc.), Bühnenprogramme von Comedians oder anderen Vortragskünstlern sowie Daily Soaps (wie z.B. „Unter Uns“, „Alles was zählt“, „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“) sind ausdrücklich nicht Gegenstand dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln.

III. Zeitlich

Für die Zusatzvergütung gemäß Abschnitt C. und D. gilt die rückwirkende Anwendbarkeit.

⁵ Von der schöpferischen Leistung der Kostümbildner abzugrenzen ist die ausschließlich organisatorische oder technische, nicht schöpferische Mitarbeit bei der Herstellung von Filmen.

B. Erstvergütung für Kostümbildner im Verhältnis zum Produzenten

1. Die Parteien sind sich darüber einig, dass es sich bei den aus dem jeweils anwendbaren TV FFS⁶ ergebenden Mindestgagen für Kostümbildner um absolute Untergrenzen handelt, d.h. die individuellen Honorare sind bei Projekten stets frei nach oben verhandelbar. Die Sendeunternehmen werden unter Berufung auf den TV FFS auch keine Begrenzung des Honorargefüges nach oben anstreben; die Parteien halten fest, dass die von den Sendeunternehmen in der Kalkulation des jeweiligen Produzenten akzeptierten Pauschalvergütungen für den Kostümbildner im Regelfall über dem Mindest-Tarifniveau gemäß dem TV FFS liegen.
2. Die Honorare nach Ziffer 1 sollen für alle Vertragsabschlüsse ab Inkrafttreten dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln zwischen einem Kostümbildner und dem jeweiligen Produzenten für Mediengruppen-Inhalte gelten.

C. Reichweitenbeteiligung

1. Dem Kostümbildner eines jeden Mediengruppen-Inhalts (d.h. unabhängig von der Höhe der Finanzierungsbeteiligung eines Sendeunternehmens) steht insgesamt bei Erreichen einer jeden Beteiligungsstufe ein Anspruch auf die folgenden Vergütungen zu:

Sitcom	Serie	Movie
300 Euro	600 Euro	1.200 Euro

2. Die jeweilige Beteiligungsstufe ist erreicht, wenn die in Ziff. 4 definierte tatsächliche Zuschauerzahl eines Mediengruppen-Inhalts die Referenzreichweite um jeweils 40 % übersteigt; die Beteiligungsstufen werden fortlaufend berechnet (d.h. erste Beteiligungsstufe: Referenzreichweite plus 40%; zweite Beteiligungsstufe: Referenzreichweite plus 80% etc.).

Dabei gelten folgende Referenzreichweiten⁷:

Referenzreichweite Sitcom	4,01 Mio.
Referenzreichweite Serie	5,44 Mio.
Referenzreichweite Movie	6,01 Mio.

Im Hinblick auf die Datenqualität insbesondere bei den lange zurück liegenden Zeiträumen erfolgt ein Sicherheitsabschlag von 2 %. Somit werden zu Gunsten der Kostümbildner die folgenden Referenzreichweiten zu Grunde gelegt:

⁶ Tarifvertrag für Film- und Fernsehschaffende – TV FFS, derzeit in der Fassung vom 29. Mai 2018

⁷ Sämtliche Reichweiten werden in Millionen Zuschauern kaufmännisch gerundet auf 2 Dezimalstellen angegeben.

Lesefassung

Referenzreichweite Sitcom	3,93 Mio.
Referenzreichweite Serie	5,33 Mio.
Referenzreichweite Movie	5,89 Mio.

Die erste Beteiligungsstufe wird somit erreicht, sobald die tatsächliche Zuschauerzahl eines Medien-gruppen-Inhalts die folgenden Beteiligungsreichweiten übersteigt:

Beteiligungsreichweite Sitcom 1. Stufe	5,50 Mio.
Beteiligungsreichweite Serie 1. Stufe	7,46 Mio.
Beteiligungsreichweite Movie 1. Stufe	8,25 Mio.

3. Die tatsächliche Zuschauerzahl errechnet sich aus der Free-TV Reichweite, die durch folgende Auf-schläge erhöht wird, sofern eine entsprechende öffentliche Nutzung des jeweiligen Mediengruppen-Inhalts tatsächlich erfolgt ist:

a)

Für die Free-VOD⁸/AVOD⁹/SVOD¹⁰-Nutzung ab dem 01.01.2020¹¹ wird der Aufschlag wie folgt be-rechnet: Die Sehbeteiligung aus der sog. Zensusmessung¹² der AGF wird multipliziert mit dem für das Abrechnungsjahr einschlägigen Demografiefaktor¹³ für die Zielgruppe. Hinzugerechnet wird jeweils ein Zuschlag¹⁴ von 100 % der jährlich auf diese Weise ermittelten Streaming Reichweite zur Berück-sichtigung der potentiellen Nutzung eines Streams durch mehrere Personen.¹⁵

b)

Für die TVOD¹⁶/DVD-Nutzung beträgt der jeweilige Aufschlag 2% der Free-TV Reichweite.

c)

Für die Pay-TV-Nutzung beträgt der jeweilige Aufschlag 2% der Free-TV Reichweite.

Es wird klargestellt, dass nicht an die Öffentlichkeit gerichtete Nutzungen (z.B. DVD-Versand an Pres-severtreter) keinen Aufschlag auslösen.

⁸ Free-VOD umfasst sämtliche VOD-Nutzung, für die der Nutzer kein Entgelt leistet.

⁹ AVOD ist die Abkürzung für Advertising Based VOD, d.h. werbefinanziertes Free-VOD.

¹⁰ SVOD ist die Abkürzung für Subscription Based VOD, wie z.B. TVNOW Premium und TVNOW Premium+.

¹¹ Für die Nutzung im Rückwirkungszeitraum erfolgt ein pauschaler Aufschlag in Höhe von 6 % der jährlich ermittelten Free-TV Reich-weite.

¹² Die Zensusmessung ist eine technische Messung der Streamingnutzung, die auf einer in einem Player eingebauten Messbibliothek basiert, welcher Nutzungsdaten an einen zentralen Server sendet. Die Zensusmessung ist die Vollerhebung der Nutzung aller Angebote in der Bundesrepublik Deutschland, die über den jeweiligen Player genutzt werden und in denen die Nielsen Messbibliothek implementiert ist. In die Messung wird die gesamte Nutzung einbezogen, also auch am Arbeitsplatz oder an anderen Nutzungsorten.

¹³ Der Demografiefaktor wird ermittelt anhand der Gesamtnutzung sämtlicher Mediengruppen-Inhalte im Panel. Panels stellen verkleinerte Abbilder der Grundgesamtheit dar. Die Grundgesamtheit umfasst alle Personen, die durch die Stichprobe einer Untersuchung repräsen-tiert werden. Der Demografiefaktor beträgt für die Zielgruppe im Jahr 2019 0,70, weil 70 % der Nutzung im Panel in dieser Zielgruppe auftritt.

¹⁴ Beispiel: Ergibt die Zensusmessung für eine Produktion im Jahr 2020 eine Sehbeteiligung von 100.000 Zuschauern bei TVNOW und beträgt der Demografiefaktor für die Zielgruppe im Jahr 2020 z.B. 0,75 so beträgt der Aufschlag $100.000 * 0,75 * 100 \% = 75.000$ Zu-schauer. Dementsprechend werden für die Ermittlung der tatsächlichen Zuschauerzahl $75.000 + 75.000 = 150.000$ Zuschauer zu der Free-TV Reichweite hinzugerechnet.

¹⁵ Das ist Gegenstand der Evaluierung, Ziff. VII. 1.

¹⁶ TVOD ist die Abkürzung für Transactional VOD, d.h. sämtliche VOD-Nutzung, die ein Entgelt für die Nutzung eines einzelnen Inhalts erfordern wie Electronic Sell Through, Download To Own, Download To Rent etc., d.h. ausdrücklich ohne SVOD.

D. Vertriebsbeteiligung

1. Sofern die Sendeunternehmen-Vertriebserlöse je Sitcom- oder Serien-Folge oder Movie die folgenden Vertriebsbeteiligungsschwellen überschreiten, erhält der Kostümbildner eine Beteiligung in Höhe von 0,5 % der die Vertriebsbeteiligungs-Schwelle übersteigenden Sendeunternehmen-Vertriebserlöse:

Sitcom	Serie	Movie
30.000 Euro	60.000 Euro	120.000 Euro

E. Durchführung**I. Durchführung auf Seiten der Sendeunternehmen**

Die Sendeunternehmen beauftragen die Mediengruppe mit der Durchführung dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln. Die Mediengruppe ist für die Sendeunternehmen im Rahmen der Abwicklung dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln empfangsberechtigt und nimmt Zahlungen mit schuldbefreiender Wirkung im Namen und auf Rechnung der Sendeunternehmen vor. Individuelle Ansprüche der Kostümbildner richten sich gegen das Sendeunternehmen, welches den Mediengruppen-Inhalt ursprünglich beauftragt hat („beauftragende Sendeunternehmen“).

II. Abrechnung und Auskunft

1. Die Mediengruppe ermittelt bis zum 31.03. eines jeden Kalenderjahres die im Vorjahr erzielte tatsächliche Zuschauerzahl sowie die Sendeunternehmen-Vertriebserlöse und benachrichtigt den VSK schriftlich, welche Mediengruppen-Inhalte danach die jeweiligen Beteiligungsstufen erreicht haben (nachfolgend „Mitteilung“). Die Mitteilung enthält die genaue Bezeichnung der Produktion (Titel, Staffel- und Episodenummer), soweit bekannt den Namen des Kostümbildners, die ggf. erreichte Stufe der Reichweitenbeteiligung und ggf. die Höhe der Vertriebserlösbeteiligung. Um die Realisierung der notwendigen Reporting-Tools sowie die Erhebung der Kontaktdaten der berechtigten Kostümbildner zu gewährleisten, erfolgt die erste Mitteilung voraussichtlich 6-9 Monate nach Unterzeichnung dieser Vereinbarung.
2. Der Kostümbildner eines Mediengruppen-Inhalts hat Anspruch auf Abrechnung seiner Zusatzvergütung durch das beauftragende Sendeunternehmen nach Maßgabe von Abschnitt C. und D. dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln. Zu diesem Zweck tritt die Mediengruppe mit einer sog. Beteiligungsanfrage an sämtliche ihr bekannten Kostümbildner der für eine Zusatzvergütung qualifizierten Mediengruppen-

3. Bei Kostümbildnern mit Sitz im Ausland ist das Sendeunternehmen berechtigt, von den zu zahlenden vertragsgegenständlichen Vergütungen einen Quellensteuerabzug in gesetzlich vorgeschriebener Höhe vorzunehmen, sofern nicht eine Freistellungsbescheinigung des Bundeszentralamts für Steuern vorgelegt wird.

IV. Wirkung und Anrechnung von Zahlungen

1. Soweit einem Kostümbildner eine (ggf. anteilige) Zusatzvergütung zusteht, kann er diesen Anspruch jeweils nur einmal geltend machen. Durch die Pauschalierungen zur Bestimmung der Zusatzvergütung werden auch die Bewerbung und Promotion des Mediengruppen-Inhalts (Plakate, Trailer, Presseaussendungen, Previews, Festivalvorführungen, Ausschnitte für Gastauftritte) abgedeckt, soweit Leistungen des Kostümbildners betroffen sind.
2. Es wird klargestellt, dass die Zusatzvergütung gewerkbezogen ist, d.h. etwaige Reichweiten- oder Vertriebs Erlösbeteiligungen werden gegebenenfalls zwischen mehreren an einem bestimmten Mediengruppen-Inhalt beteiligten Kostümbildnern aufgeteilt.

V. Berechnung bei Rückwirkung

1. Vor dem Hintergrund, dass Ansprüche auf Fairnessausgleich sowie Ansprüche aus dieser Vereinbarung gemäß §§ 195, 199 Abs. 1 BGB in 3 Jahren ab Kenntnis oder grob fahrlässiger Unkenntnis des Urhebers, spätestens aber gemäß § 199 Abs. 4 BGB in 10 Jahren ab deren Entstehung, verjähren, verzichten die Sendeunternehmen für sämtliche Ansprüche, die sich nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln für Nutzungen im Rückwirkungszeitraum ergeben und die gemäß Abschnitt E. II. 1. abgerechnet werden, bis zum 31.12.2024 auf die Verjährungseinrede.
2. Für Nutzungen, die vor dem Beginn des Rückwirkungszeitraums (nachfolgend „Stichtag“) stattgefunden haben, vereinbaren die Vertragsparteien, dass die anspruchsberechtigten Kostümbildner eine Reichweitenbeteiligung gemäß Abschnitt C.1. nach folgender Maßgabe erhalten: Die Beteiligung für die erste nach dem Stichtag erreichte Stufe entspricht dem Anteil der ab dem Stichtag erreichten Reichweite an der für die jeweilige Stufe erforderlichen Beteiligungsreichweite. Die Beteiligung für alle weiteren Stufen nach dem Stichtag erfolgt ungekürzt. Es wird klargestellt, dass für Stufen, die vor dem Stichtag erreicht wurden, keine Ausschüttung erfolgt, die vorzeitigen Reichweiten jedoch gleichwohl bei der Berechnung und Auslösung späterer Stufen berücksichtigt werden. Sendeunternehmen-Vertriebs Erlöse vor dem Stichtag werden auf die Vertriebsbeteiligungsschwellen angerechnet, sind aber nicht beteiligungspflichtig.

Beispielsrechnung 1:

Inhalte heran. Mediengruppen-Inhalte, zu denen der Mediengruppe Kostümbildner oder deren Kontaktdaten nicht bekannt sind, werden dem VSK mit den Original-Titeln unverzüglich in Form einer Aufstellung zu dessen Eigenrecherche mitgeteilt. Mediengruppen-Inhalte, zu denen der Mediengruppe Kostümbildner oder deren Kontaktdaten nicht bekannt sind, werden dem VSK mit den Original-Titeln unverzüglich in Form einer Aufstellung zu dessen Eigenrecherche mitgeteilt.

3. Der Kostümbildner hat gegenüber dem beauftragenden Sendeunternehmen nach Eingang der durch ihn ordnungsgemäß ausgefüllten und plausiblen¹⁷ Beteiligungsanfrage bei der Mediengruppe Anspruch auf Auszahlung der nach diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln begründeten Zusatzvergütung innerhalb von vier Wochen.
4. Sofern die mit bestimmten Auswertungen erzielten Reichweiten oder Vertriebs Erlöse nicht recherchierbar sind bzw. nicht erfasst werden, wird die Mediengruppe auf der Basis von Vergleichsdaten Schätzungen vornehmen; die Mediengruppe wird dem VSK die der Schätzung zugrundeliegenden Annahmen und Vergleichsdaten mitteilen und eventuelle Anmerkungen des VSK zur erfolgten Schätzung nach Treu und Glauben berücksichtigen.
5. Aufgrund der in diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln geregelten Zusatzvergütung und hierzu von den Sendeunternehmen herzustellender Transparenz kann in Einzelverträgen der Kostümbildner von dem gegen die Sendeunternehmen gerichteten anlasslosen, einmal jährlichen Anspruch auf Auskunft und Rechenschaft für Mediengruppen-Inhalte nach § 32e Abs.1 Nr. 1 UrhG i.V.m. 32 d Abs. 1 UrhG abgewichen werden. Ansprüche auf Auskunft und Rechenschaft der Kostümbildner nach § 32e Abs. 1 Nr. 2 UrhG und § 242 BGB bleiben unberührt. Das Buchprüfungsrecht des VSK gemäß Abschnitt E.VI. bleibt unberührt.

III. Gutschriftsverfahren; Steuern

1. Die Abrechnung der Zusatzvergütung erfolgt im Wege des Gutschriftsverfahrens.
2. Die Mediengruppe geht davon aus, dass die Zusatzvergütung keinen Leistungsaustausch im Sinne des Umsatzsteuergesetzes darstellt und es sich bei der Zahlung um einen nicht steuerbaren Umsatz handelt. Diese Rechtsfrage ist jedoch Gegenstand eines Verfahrens vor dem Bundesfinanzhof (Az. des BFH: XI R 16/20, nachfolgend „Musterverfahren“).

Dies vorausgeschickt, werden sich die Parteien im Falle des für den Kläger des Musterverfahrens ungünstigen Ausgangs des Musterverfahrens aufgrund der Komplexität der umsatzsteuerrechtskonformen Abrechnungslogik eines Entgelts von dritter Seite nach Treu und Glauben über das weitere Vorgehen abstimmen.

¹⁷ Eine Beteiligungsanfrage ist u.a. plausibel, wenn die angefragten Beteiligungen für einen Mediengruppen-Inhalt insgesamt 100 % ergeben oder geeignete Nachweise vorgelegt werden (z.B. Miturhebervereinbarung). Im Zweifel können die Mediengruppe sowie die betroffenen Kostümbildner den VSK um eine sachverständige Stellungnahme bitten.

Lesefassung

Hat ein TV-Movie insgesamt eine tatsächliche Zuschauerzahl von 13,00 Mio. erreicht, wovon 9,00 Mio. vor dem Stichtag erreicht wurden, ergibt sich folgendes Bild:

Der Kostümbildner des TV-Movie erhält für das Erreichen der Beteiligungsreichweite 1. Stufe (8,25 Mio.) keine Beteiligung, weil diese Stufe vor dem Stichtag erreicht wurde.

Der Kostümbildner des TV-Movie erhält für das Erreichen der Beteiligungsreichweite 2. Stufe eine anteilige Beteiligung in Höhe von $1.200 \text{ Euro} \times (10,60 \text{ Mio.} - 9,0 \text{ Mio.}) / 10,60 \text{ Mio.} = 181 \text{ Euro}$, weil es sich um die erste Stufe nach dem Stichtag handelt.

Der Kostümbildner des TV-Movie erhält für das Erreichen der Beteiligungsreichweite 3. Stufe (12,96 Mio.) eine weitere Beteiligung in voller Höhe von 1.200 Euro, weil es sich um eine weitere Stufe nach dem Stichtag handelt.

Insgesamt erhält der Kostümbildner des TV-Movie im Beispiel eine Reichweitenbeteiligung in Höhe 1.381 Euro.

Beispielsrechnung 2:

Wurden mit einer Serien-Episode insgesamt Sendeunternehmen-Vertriebserlöse in Höhe von 90.000 Euro erzielt, wovon 70.000 Euro vor dem Stichtag erzielt wurden, ergibt sich folgendes Bild:

Der Kostümbildner der Serien-Episode erhält eine Vertriebserlösbeteiligung in Höhe von 0,5 % von 20.000 Euro = 100 Euro.

VI. Buchprüfung

Der VSK ist berechtigt, auf eigene Kosten die den Mitteilungen gemäß Abschnitt E.II.1. zu Grunde liegenden Daten durch einen zur Verschwiegenheit verpflichteten Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwalt, Vorstandsmitglied oder Mitglied der Geschäftsführung des VSK nach Voranmeldung von mindestens 15 Werktagen zu den üblichen Geschäftszeiten einsehen zu lassen. Diese Buchprüfung darf nicht länger als 15 Tage dauern und den Geschäftsbetrieb des Sendeunternehmens nicht beeinträchtigen. Der VSK bestimmt, welche Abrechnungsperiode und welche Produktionen Gegenstand der Prüfung sind. Eine wiederholte Buchprüfung bereits geprüfter Daten und Zeiträume ist ausgeschlossen. Das Ergebnis der Buchprüfung ist vertraulich und darf vom VSK jeweils nur den betroffenen Kostümbildner, aber keinem sonstigen Dritten zugänglich gemacht werden. Ergibt die Buchprüfung für den Prüfungsgegenstand eine Abweichung zu den von der Mediengruppe übermittelten Daten in Höhe von mehr als 5 % zu Lasten der Gesamtheit der vom Prüfungsgegenstand betroffenen Kostümbildner, so trägt das betroffene Sendeunternehmen abweichend von Satz 1 dieses Absatzes die angemessenen und nachgewiesenen Kosten der Buchprüfung.

VII. Evaluierung der Gemeinsamen Vergütungsregeln; Nachwuchsförderung

1. Die Parteien sind sich einig, dass die den Gemeinsamen Vergütungsregeln zu Grunde liegenden Gegebenheiten und Auswertungsbedingungen einer regelmäßigen Betrachtung unterzogen werden sollen. Die Parteien beabsichtigen, sich nach Unterzeichnung dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln alle zwei Jahre nach Treu und Glauben über eventuell erforderliche Anpassungen zu verständigen, z.B. um neue Medien-Entwicklungen, neue Branchenstandards bei der Nutzungsmessung, Änderungen der Geschäftsmodelle der Sendeunternehmen, Änderung der Gesetzeslage oder der Rechtsprechung zu berücksichtigen.
2. Zusatzvergütungen, die von der Mediengruppe auch mit Unterstützung durch den VSK mangels Namen oder Kontaktdaten der Kostümbildner nicht an die Berechtigten ausgeschüttet werden können, werden mit Ablauf von drei Jahren, beginnend mit dem Schluss des Jahres, in dem die Mitteilung an den VSK gemäß Abschnitt E.II.1. erfolgt ist, an den VSK ausgekehrt. Der VSK wird diese Mittel zum Zwecke der Nachwuchsförderung verwenden und die Mediengruppe über die Verwendung informieren. Der VSK stellt die Sendeunternehmen in Höhe der an ihn ausgekehrten Mittel gegen etwaige Ansprüche der ursprünglich berechtigten Kostümbildner oder deren Rechtsnachfolger frei.

VIII. Laufzeit

1. Die Gemeinsamen Vergütungsregeln treten mit Unterzeichnung durch beide Parteien in Kraft und gelten zunächst bis zum Ablauf des vierten Jahres nach dem Jahr des Inkrafttretens. Sie verlängern sich danach automatisch um jeweils weitere zwei Jahre, wenn nicht eine Partei die Vereinbarung vorab mit einer Frist von drei Monaten zum jeweiligen Laufzeitende schriftlich kündigt. Im Übrigen ist eine ordentliche Kündigung ausgeschlossen. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

Die Parteien werden spätestens 9 Monate vor dem jeweiligen Laufzeitende der Vereinbarung mit Verhandlungen über die Modalitäten deren Fortsetzung beginnen. Die Evaluierung nach Abschnitt E.VII.1. bleibt hiervon unberührt.

2. Im Falle einer Kündigung oder nach dem regulären Ablauf der Laufzeit gelten die Gemeinsamen Vergütungsregeln unbefristet für die Mediengruppen-Inhalte fort, deren Drehstart vor dem Ende der Laufzeit liegt.

IX. Vertraulichkeit

Der VSK wird sämtliche Informationen, welche er auf der Grundlage dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln von den Sendeunternehmen erhält, streng vertraulich behandeln.

Sofern die Sendeunternehmen im Einzelfall personenbezogene Daten vom VSK erhalten, werden diese ebenfalls streng vertraulich behandelt.

X. Schlussbestimmungen

1. Sollten Regelungen dieser Gemeinsamen Vergütungsregeln unwirksam sein oder werden oder etwaige Lücken aufweisen, bleibt die Gültigkeit der Regelungen im Übrigen unberührt. Zwischen den Parteien besteht Einigkeit, dass sie derartige Regelungen durch solche ersetzen bzw. derartige Lücken durch solche Regelungen ergänzen werden, die dem gewollten wirtschaftlichen Ergebnis am nächsten kommen.
2. Sämtliche Änderungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Abbedingung der Schriftform.
3. Ausschließlicher Gerichtsstand ist jeweils der Sitz der beklagten Partei.

München, den 18.12.2020

gez. Thomas Neudorfer

VSK - Verband der Berufsgruppen Szenenbild und
Kostümbild e.V.

gez. Rechtsanwältin Katrin Simonis

VSK - Verband der Berufsgruppen Szenenbild und
Kostümbild e.V.

Köln, den 10.12.2020

gez. Jörg Graf

RTL Television GmbH

gez. Alexander Glatz

RTL Television GmbH

gez. Sascha Schwingel

VOX Television GmbH

gez. Alexander Glatz

VOX Television GmbH