



## Zusatzbedingungen für Crossmedia und Special Ads

Für Crossmedia-Kampagnen und Special Ads gelten zusätzlich und vorrangig gegenüber den AGB der AD ALLIANCE die nachfolgenden Bestimmungen:

Wird der Sponsoringtrailer, der Werbespot oder ein sonstiges Werbemittel durch AD ALLIANCE, den Anbieter oder in deren Auftrag produziert, werden die Produktionskosten separat abgerechnet. Die Produktionskosten können nicht auf bestehende Vereinbarungen (Basisbuchungen/Max3-Buchungen) angerechnet werden und sie sind nicht AE-fähig und nicht skontofähig.

### TV-Sponsoring

Der Auftraggeber kann wählen zwischen variablen Preisen oder preisgruppenfixiertem Sponsoring. "Variables Sponsoring" bedeutet, dass es zu Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen der gesponserten Sendung im laufenden Kalenderjahr kommen kann, und zwar zu Lasten oder zu Gunsten des Auftraggebers. AD ALLIANCE wird den Auftraggeber über eine ihn betreffende Preisanpassung informieren. Eine solche Preisanpassung stellt keinen Kündigungsgrund dar. "Preisgruppenfixiertes Sponsoring" bedeutet, dass Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen der gesponserten Sendung nicht an die Sponsoringpreise weitergegeben werden. Die Preis- bzw. Tarifgruppen zum Zeitpunkt der Buchungsbestätigung gelten für den gesamten Buchungszeitraum. Ein Wechsel zwischen den Preismodellen „Variables Sponsoring“ und „Preisgruppenfixiertes Sponsoring“ für den gebuchten Zeitraum ist nach Vertragsabschluss nicht möglich.

Sollte die Anzahl der Ausstrahlungen geringer sein, als im Angebot aufgeführt, werden nur die tatsächlichen Ausstrahlungen berechnet, der Gesamtpreis reduziert sich also anteilig. Sollten mehr Ausstrahlungen möglich sein als vereinbart, erfolgt eine entsprechende Mitteilung; die zusätzlichen Ausstrahlungen können auf Basis ihrer Tarif- bzw. Preisgruppe zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses entsprechend nachgebucht werden. Im Falle einer Sendeplatzverschiebung der gesponserten Sendung erfolgt ein neues Angebot.

AD ALLIANCE behält sich vor, nach vorheriger Ankündigung in besonderen Fällen einzelne Sendungen aus dem gebuchten Paket auszuschließen. Dies betrifft insbesondere Mehrteiler oder besondere thematische Gestaltungen.

Der Sender ist berechtigt, eine gebuchte Programmstrecke von 2 oder mehr aufeinanderfolgenden Sendungen durch andersartige Sendungen zu unterbrechen. Diese können durch einen anderen Sponsor bzw. Sonderwerbekunden gebucht werden.



Bei Bedarf können Sponsoringhinweise und andere Sonderwerbformen von dem Sender produziert werden. Die Kosten werden separat abgerechnet. Spätestens drei Wochen vor dem Ausstrahlungstermin legt der Auftraggeber das komplette Storyboard vor.

Bei Produktion der Sponsoringhinweise oder anderen Sonderwerbformen durch den Auftraggeber sind die Spezifikationen der AD ALLIANCE einzuhalten. Die Prüfung und Freigabe erfolgt durch die AD ALLIANCE. Auch hier legt der Auftraggeber spätestens drei Wochen vor dem Ausstrahlungstermin das komplette Storyboard vor, um insbesondere die rechtliche Prüfung zu ermöglichen.

Im Falle eines rechtlichen Einwandes der AD ALLIANCE oder einer Landesmedienanstalt gegen die Trailerart oder den Teil des Trailers, der sich auf den Sponsor bezieht, wird der Auftraggeber die notwendigen Änderungen vornehmen und rechtzeitig eine Version zur Verfügung stellen, die nach den Vorgaben von AD ALLIANCE und der Landesmedienanstalten ausgestrahlt werden darf. AD ALLIANCE übernimmt keine Haftung, dass der Trailer im Übrigen nicht gegen geltendes Recht verstößt. Der Sponsoringtrailer muss mindestens 10 Tage vor Ausstrahlung in der endgültigen Version bei AD ALLIANCE vorliegen.

Der Auftraggeber muss verbindlich angeben, welches Produkt mit dem Sponsoring beworben werden soll. Bei nachträglicher Produktangabe oder -auswechslung kann AD ALLIANCE die Einhaltung eines vereinbarten Konkurrenzausschlusses nicht garantieren.

Sollte in einer Sendung bereits ein Product Placement gebucht sein, so genießt dieses Exklusivität auf Basis der Nielsen Produktfamilie und kann nicht durch einen nachfolgenden Sponsor für ein Produkt derselben Nielsen Produktfamilie gebucht werden.

Sponsoring-Buchungen genießen innerhalb einer Sendung ausschließlich für das lineare TV (und somit nicht für z.B. die Bereiche Online, Mobile und Smart TV) einen Konkurrenzausschluss (auf Basis der Nielsen-Produktfamilie) gegenüber weiteren Sonderwerbformen, nicht jedoch gegenüber klassischen Werbespots. Dies gilt auch gegenüber Product Placements, sofern diese nicht bereits vor der Sponsoringbuchung vereinbart wurden. AD ALLIANCE behält sich das Recht vor, weitere Sonderwerbformen innerhalb der Sendung unter Berücksichtigung des Konkurrenzausschlusses an andere Kunden zu vermarkten.

Sollte der Auftrag wegen technischer, rechtlicher oder sonstiger Gründe (auch Senderentscheidungen oder höhere Gewalt) nicht in vollem Umfang zur Ausführung gelangen, wird pro rata temporis abgerechnet.



Der Auftraggeber kann seine Erklärungen unter den Faxnummern 0221/456 95-22767 oder -22787 an AD ALLIANCE richten.

Sponsoring-Verträge können nicht storniert werden.

## Online-Sponsoring

Sollte die tatsächliche Medialeistung geringer sein als angeboten, wird der Auftrag nach Wahl der AD ALLIANCE anteilig angepasst oder die Differenz nachgeliefert. Eine Übererfüllung der variablen Werbeleistungen wird nicht zusätzlich berechnet. Die Produktionskosten für Werbemittel und für zusätzlich durch externe Dienstleister erstellte Sonderleistungen werden gesondert berechnet. Die Bereitstellung der Inhalte und des Bildmaterials erfolgt durch den Auftraggeber. Im Falle der Produktion der co-branded Werbemaßnahmen und der Micro- oder Subsite durch AD ALLIANCE sind zwei Korrekturläufe im Preis enthalten, weitere Korrekturen werden gesondert berechnet.

Bei Produktion der co-branded Werbemittel und der Microsite durch den Auftraggeber sind die Spezifikationen der AD ALLIANCE einzuhalten. Die Prüfung und Freigabe erfolgt durch die AD ALLIANCE.

AD ALLIANCE gewährt für Online-Buchungen keinen Konkurrenzausschluss.

Die Regelungen für Online-Sponsorings gelten entsprechend für Sponsoringbuchungen auf Mobile- oder SmartTV-Plattformen.

## Product Placement (physisch und digital)

Der Preis für Product Placement zählt nicht zum Buchungsvolumen einer etwaig bestehenden Basisbuchung bzw. von Max3-Buchungen und ist nicht AE-fähig.

Der im Angebot aufgeführte Preis beinhaltet nicht die Kosten für eine Anlieferung und Bereitstellung von Produkten oder Produktmustern. Deren Bereitstellung erfolgt, nach Freigabe durch AD ALLIANCE, durch den Auftraggeber auf eigene Kosten.

Product Placement-Buchungen genießen innerhalb einer Sendung einen Konkurrenzausschluss (auf Basis der Nielsen-Produktfamilie) gegenüber weiteren Sonderwerbformen. Dies gilt auch gegenüber später erfolgten Sponsoring-Buchungen.



AD ALLIANCE behält sich das Recht vor, das Programmsponsoring für die Sendung unter Berücksichtigung des Konkurrenzausschlusses an einen anderen Kunden zu vergeben, falls es nicht mit dem Product Placement zusammen gebucht wird.

AD ALLIANCE behält sich des Weiteren das Recht vor, weitere Sonderwerbformen innerhalb des Formates unter Berücksichtigung des Konkurrenzausschlusses auch an andere Kunden zu vermarkten.

### **Exclusive Position\* und Special Creation\*\***

Ein im Splitscreen einzusetzender Spot muss mindestens 10 Tage vor Ausstrahlung bei AD ALLIANCE vorliegen. Bei einer kundenindividuellen Umsetzung durch den Sender wird eine gesonderte Absprache getroffen. Die Realisierung von Exklusivspots ist von der Verfügbarkeit des Werbepotentials abhängig.

Im Falle eines rechtlichen Einwandes gegen den Einsatz der Sonderwerbform durch den Sender oder einer Landesmedienanstalt wird ein Kompromiss abgestimmt. Gelingt dies nicht, gilt die Festlegung durch den Sender oder die Landesmedienanstalt.

Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst. Im Falle einer Abweichung zwischen der tatsächlichen Anzahl der Ausstrahlungen gegenüber dem Angebot werden die Preise der tatsächlichen Anzahl angepasst. Produktionskosten werden separat in Rechnung gestellt.

AD ALLIANCE behält sich die Vermarktung weiterer Exclusive Positions und Special Creations innerhalb des Formates vor.

Sollte die Sendung (auch nach Buchung von Exclusive Positions/ Special Creations) von dem Anbieter eines Konkurrenzproduktes (d.h. aus derselben Nielsen-Produktfamilie) gesponsert werden oder sollte ein Anbieter eines Konkurrenzproduktes ein Product Placement innerhalb der Sendung buchen, so hat der Konkurrenzschutz des Sponsors/des Buchers des Product Placements Vorrang. AD ALLIANCE wird dem Kunden in diesem Fall ein entsprechendes alternatives Umfeld für die Exclusive Positions/Special Creations anbieten. Gelingt dies nicht, steht beiden Parteien ein Sonderkündigungsrecht zur Stornierung des Auftrages ohne gegenseitige Ansprüche zu.

Der Auftraggeber kann seine Erklärungen per Fax: 0221/456 95-22767 oder -22787 an AD ALLIANCE richten.

Es können keine Optionen für Interessenten eingeräumt werden. Verträge über Exclusive Positions\*) und Special Creations\*\*) können nicht storniert



werden.

\*) Exclusive Position = Abspanssplit, Newscountdown, Post-Split, Pre-Split, Programmsplit, Singlesplit, Singlepot, Spot Duo, Spotpremiere und Ähnliche

\*\*\*) Special Creation = Abspannboard, Contentsplit, Crawl, Cut In, Exclusive Creations, Framesplit, Gewinnspiel, Logomorphing, Movesplit, Premiumboard, Promostory, Skyscraper, Werbetrennermove und Ähnliche; für Promostory und Gewinnspiel gelten separate Bedingungen (s. u.)

### **Promostory (Dauerwerbesendung)**

Die Realisierung von Promostorys ist von der Verfügbarkeit des Werbepotentials abhängig. Der Spot muss mindestens 10 Tage vor Ausstrahlung bei AD ALLIANCE vorliegen. Bei einer kundenindividuellen Umsetzung durch den Sender wird eine gesonderte Absprache getroffen.

Im Falle eines rechtlichen Einwandes gegen den Einsatz der Sonderwerbeform durch den Sender oder eine Landesmedienanstalt wird ein Kompromiss abgestimmt. Gelingt dies nicht, gilt die Festlegung durch den Sender oder die Landesmedienanstalt.

AD ALLIANCE behält sich die Vermarktung weiterer Exclusive Positions und Special Creations innerhalb des Formates vor.

Der Auftraggeber kann seine Erklärungen per Fax: 0221/ 456 95-22767 oder -22787 an AD ALLIANCE richten.

Es können keine Optionen für Interessenten eingeräumt werden.  
Promostory-Verträge können nicht storniert werden.

### **Gewinnspiel**

Die Produktion obliegt inhaltlich und redaktionell dem Sender. Soweit in dem Angebot nichts anderes erwähnt ist, werden die Produktionskosten nach Aufwand kalkuliert und dem Auftraggeber gesondert in Rechnung gestellt.

Der Auftraggeber liefert spotfremdes Sendematerial (Gewinndarstellung, Logo) für die Trailerproduktion mindestens 4 Wochen vor Einsatz an AD ALLIANCE.

Der Vertrag wird vorbehaltlich der Zustimmung durch den Sender geschlossen. Im



Falle eines rechtlichen Einwandes gegen den Einsatz der Sonderwerbform durch den Sender oder einer Landesmedienanstalt wird ein Kompromiss abgestimmt. Gelingt dies nicht, gilt die Festlegung durch den Sender oder die Landesmedienanstalt.

Die Platzierung der Trailer obliegt dem Sender.

Die Gewinnerdaten werden vom Sender dem Auftraggeber schnellstmöglich zur Verfügung gestellt. Der im Angebot aufgeführte Preis beinhaltet nicht die Gewinnbeistellung. Die Gewinnbeistellung erfolgt, nach Freigabe durch AD ALLIANCE, durch den Auftraggeber auf eigene Kosten. Die Gewinnübergabe sowie die gesamte Gewinnabwicklung erfolgt durch den Auftraggeber.

Gewinnspiel-Verträge können nicht storniert werden.

Für Online-Gewinnspiele und Gewinnspiele auf Mobile- oder SmartTV-Plattformen gelten die Regelungen für Online-Sponsorings entsprechend. Gewonnene Userdaten durch Neuregistrierungen gehen in das Eigentum der AD ALLIANCE über.

## **Werbelizenzen**

Für den Fall, dass die Maßnahme Nebenleistungen enthält, die vom Anbieter lizenziert werden müssen, gelten zusätzlich folgende Bestimmungen: Darstellerhonorare und Produktionskosten für Trailer, Anzeigen etc. werden nach Aufwand berechnet und gesondert in Rechnung gestellt. Die gesamten Media- bzw. Lizenzierungskosten sind abhängig von den tatsächlich durchgeführten kommunikativen Maßnahmen. Hierfür wird ein gesonderter Vertrag geschlossen. Lizenzkosten können nicht auf bestehende Vereinbarungen (Basisbuchungen, Max3-Buchungen) angerechnet werden. Sie sind nicht AE-fähig und nicht skontofähig und werden separat abgerechnet.