



Zusatzbedingungen für Podcastwerbung

Für Werbetexte in Podcastfolgen gelten zusätzlich und vorrangig gegenüber den AGB der AD ALLIANCE die nachfolgenden Bestimmungen:

Die Vereinbarung thematisch passender Umfelder/Themenpläne steht unter dem Vorbehalt redaktioneller Änderungen.

Der Auftraggeber wird die für die Leistungserbringung von AD ALLIANCE notwendigen Werbemittel, Informationen und Daten an AD ALLIANCE liefern. Der Auftraggeber trägt die Gefahr der Übermittlung. Bei verspäteter oder unvollständiger Anlieferung ist der Auftraggeber verpflichtet, den vollen Auftragswert zu zahlen.

Der Auftraggeber überträgt AD ALLIANCE die Nutzungsrechte für die gelieferten Werbemittel, Informationen und Daten in dem für die Durchführung des Auftrages zeitlich, örtlich und inhaltlich erforderlichen Umfang, insbesondere auch das Recht, die Nutzungsrechte an zur Abwicklung beauftragte Dritte, wie z.B. Hosting-Anbieter, weiter zu übertragen.

Der Auftraggeber übersendet AD ALLIANCE bis spätestens 28 Arbeitstage vor dem vereinbarten Kampagnenstart (bzw. Veröffentlichung der gebuchten Folge) das vollständig ausgefüllte Briefing-Formular.

Werdeintegrationen werden grundsätzlich von AD ALLIANCE im Fullservice umgesetzt. Für Gestaltung und Produktion gelten die Zusatzbedingungen für Herstellungsaufträge mit der Maßgabe, dass dem Auftraggeber hinsichtlich des Werbetextes Korrekturwünsche nur innerhalb eines Korrekturlaufes zustehen; Weitere Korrekturläufe sind grundsätzlich nicht möglich. Ggf. ist eine inhaltliche Abstimmung mit Redaktionen/Host unter Orientierung an den Produktspezifikationen und Qualitätsrichtlinien für Podcast-Werbung erforderlich. Erhält AD ALLIANCE innerhalb von 3 Werktagen keine Korrekturwünsche, gilt die Einbindung als abgenommen.

Die Reservierung einer Werbeformplatzierung erfolgt unter Vorbehalt. Es besteht kein Anspruch auf eine reservierte Platzierung, solange keine Buchung erfolgt ist und bestätigt wurde.

Für die Ausstrahlung einer Podcastfolge gelten die Bestimmungen in Abschnitt B.2 der AGB entsprechend.

Die aus dem InStream- und InPage-Bereich der AD ALLIANCE bekannten Tracking- und Reporting-Standards sind nicht auf den Podcast-Bereich anwendbar.

Eine kostenfreie Stornierung durch den Auftraggeber ist bis 6 Wochen vor dem vereinbarten Ausstrahlungstermin möglich, es sei denn, dass bis dahin bereits direkte Kosten für den konkreten Auftrag entstanden sind, diese Kosten trägt der Auftraggeber. Stornierungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Textform. Stornierungen oder Änderungen der mit einer Podcast-Kampagne verbundenen Anzeigenschaltungen oder anderen Werbeformen sind ohne Stornierung der Podcast-Kampagne nur mit Einverständnis von AD ALLIANCE möglich.

Fällt die Produktion oder Durchführung der Podcast-Kampagne ganz oder teilweise aus einem Grund aus, den AD ALLIANCE nicht zu vertreten hat, so wird die Durchführung nachgeholt. Der Anspruch auf die Vergütung bleibt unberührt.

Produktionskosten werden separat abgerechnet; Sie sind skontofähig, aber nicht rabattfähig, nicht rabattbildend und nicht Bestandteil weiterer kunden- und agenturbezogener Vereinbarungen.



AD ALLIANCE kann die beendete Podcast-Kampagne im Rahmen von Case-Studies zu Anschauungszwecken verwenden. Das gilt für die Aufbereitung von PPTs mit Grafiken, die auch Inhalte des Auftraggebers abbilden, für Mitschnitte der Integration, Standard-Reporting-Parameter (anonymisiert) und ggf. Begleitforschungen, die durch die AD ALLIANCE durchgeführt werden.

Von AD ALLIANCE für den Auftraggeber gestaltete Werbemittel dürfen nur zur Durchführung der Podcast-Kampagne auf dem Portfolio der AD ALLIANCE verwendet werden. Weitere Rechte werden dem Auftraggeber nicht eingeräumt.