

Allgemeine Geschäftsbedingungen Leinwandwerbung

1. Maßgebliche Bedingungen

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Durchführung der Werbung in Filmtheatern basieren auf den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Werbung in Filmtheatern“ des ZAW Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft e.V.

Sie gelten für den Gesamtgeschäftsverkehr mit Auftraggebern (Agenturen, Werbekunden usw.), auch wenn sie bei späteren Verträgen nicht erwähnt werden. Beim ersten Vertragsschluss gilt als vereinbart, dass diese Bedingungen in ihrer jeweils aktuellen Fassung auch sämtlichen Folgegeschäften zugrunde gelegt werden. Sie gelten auch, wenn die Auftraggeber auf eigene Geschäftsbedingungen verweisen, es sei denn, diesen wurde ausdrücklich zugestimmt.

2. Aufträge

- 2.1. Aufträge seitens unserer Auftraggeber werden erst nach schriftlicher Bestätigung oder durch Ausführung des Auftrages durch uns bindend (genaue Fristen sind den Buchungsmodalitäten zu entnehmen). Die Bestätigung von Einschaltterminen erfolgt unter dem Vorbehalt, dass Einschalttermine verlegt werden können (siehe Punkt 4), soweit dies aufgrund eingeschränkter Dispositionsmöglichkeiten in den jeweiligen Filmtheatern erforderlich ist.

- 2.2. Wir sind berechtigt, die Annahme von Aufträgen oder die Durchführung eines Auftrages innerhalb von 3 Wochen nach Vertragsschluss aus sachlichem Grund abzulehnen.

- 2.3. Platzierungswünsche bei Werbefilmen und Kinospots können mit Ausnahme von digitalen Sonderplatzierungen und Presentern nicht verpflichtend angenommen werden. Ein Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

3. Preise

- 3.1. Die von uns berechneten Preise können im Einzelfall aufgrund kaufmännischer Erwägungen von den Preisen in unserer Preisliste abweichen.

- 3.2. Alle Preise sind Vorführpreise und verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer in gesetzlicher Höhe.

Die Werbemittel werden zu jeder regulären Vorstellung vorgeführt.

- 3.3. Für die Vorführung gilt beim Buchungsmodell Werbefilm / CR Fix jeweils der Wochen-Sekunden-Preis bzw. CpW (Werbefilm) bzw. der Monats-Sekunden-Preis (Kinospot-Werbung) pro Saal und beim Buchungsmodell Einzelbesucher-abrechnung (Cinema Reloaded) der CpV.

4. Rücktrittsrecht, Rückvergütung, Verlegung von Einschaltterminen

- 4.1. Für Aufträge gilt ein Rücktrittsrecht von 28 Tagen auf den Einschalttermin. Der Rücktritt hat schriftlich zu erfolgen. Für die Rechtzeitigkeit ist das Datum des Posteingangs maßgeblich. Angelaufene Kampagnen können unabhängig von der Wochenlaufzeit oder Kontaktmenge nicht mehr storniert werden.

- 4.2. Im Falle nicht abgenommener Einschaltwochen bzw. bei Auftragserteilung angegebener Werbefilm- bzw. Kinospotlängen hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten.

- 4.3. Eine einmalige Verschiebung eines gebuchten Einsatzes (innerhalb eines Kalenderjahres, oder in das folgende Kalenderjahr) ist zulässig, wenn mindestens 3 Wochen vor Einschaltbeginn eine schriftliche Erklärung vorliegt. Gleichzeitig muss ein neuer Einschalttermin vereinbart werden. Die Gesamtkampagne muss innerhalb von 12 Monaten abgenommen werden.

Verschobene Wochen dürfen nicht storniert werden.

Festaufträge können nicht verschoben bzw. storniert werden.

Motive, Längenangaben, Freigaben sowie Änderungen müssen mindestens 14 Tage vor Einschaltbeginn bekannt gegeben werden bzw. vorliegen. Daten für den digitalen Einsatz müssen mindestens 2 Tage vor Einsatzbeginn vorliegen.

Die gegebenenfalls durch Auftragsänderungen entstehenden Kosten können dem Auftraggeber in Rechnung gestellt werden.

- 4.4. Für Presenter-Aufträge gilt ein Rücktrittsrecht von 56 Tagen auf den Einschalttermin. Der Rücktritt hat schriftlich zu erfolgen. Für die Rechtzeitigkeit ist das Datum des Posteingangs maßgeblich. Angelaufene Kampagnen können unabhängig von der Wochenlaufzeit oder Kontaktmenge nicht mehr storniert werden. Eine Verschiebung ist nicht möglich.

5. Zahlungsfristen, Zahlungsverzug

- 5.1. Rechnungen sind sofort rein netto zahlbar.
- 5.2. Bei Zahlungsverzug werden neben den anfallenden Kosten Zinsen in Höhe von 5 % über dem von der Deutschen Bundesbank jeweils im Bundesanzeiger bekannt gegebenen Basiszinssatz berechnet.

- 5.3. Ist der Auftraggeber mit einer fälligen Zahlung in Verzug oder werden eindeutige Umstände bekannt, die die Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers in Zweifel ziehen, so sind wir berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrages die Durchführung weiterer Vorführungen unter Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

6. Haftung

- 6.1. Der Auftraggeber hat bei mangelhafter Vorführung nur Anspruch auf eine einwandfreie Ersatzvorführung. Soweit diese Ersatzvorführung nicht innerhalb angemessener Frist erfolgt oder sie erneut nicht einwandfrei ist, hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages (Wandlung).
- 6.2. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit ausgeschlossen. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Pflichten, die die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet. In diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden begrenzt.

Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Kaufleuten dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt.

- 6.3. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit auf den Ersatz des vorhersehbaren Schadens beschränkt.

- 6.4. Beanstandungen der Vorführung können nur berücksichtigt werden, wenn uns der Mangel unverzüglich unter Angabe von Theater, Tag und Vorführzeit schriftlich mitgeteilt wird.

- 6.5. Wir übernehmen keine Haftung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Vorführung zur Verfügung gestellten Unterlagen sowie dafür, dass die Werbung den behördlichen und gesetzlichen Vorschriften entspricht.

- 6.6. Der Auftraggeber stellt uns von Ansprüchen Dritter frei, die diesen aus der Ausführung des Auftrags gegen die Werbeverwaltung erwachsen.

- 6.7. Soweit die Prüfung von Werbefilmen durch die "Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft" (FSK) zu Ausfällen führt, wird durch uns kein Ersatz geleistet.

7. Digitalisierung

Wir behalten uns das Recht vor, die jeweiligen Werbefilme und Kinospots in digitalisierter Form in Datenbanken zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Dies gilt insbesondere für die Einspeisung, Abspeicherung und/oder Bereithaltung.

Ferner behalten wir uns das Recht vor, die Dateien zum Zwecke der akustischen/optischen Wahrnehmung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung und/oder Verfügungmachung entgeltlich oder unentgeltlich zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Hierzu gehört in diesem Zusammenhang das Recht, die jeweiligen Werbefilme und Kinospots und die daran bestehenden Rechte der Öffentlichkeit entsprechend dem Auftragsinhalt auf unkörperlichem Wege anzubieten und/oder anbieten zu lassen, verfügbar zu machen und/oder verfügbar machen zu lassen und zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

8. Erfüllungsort und Gerichtsstand

8.1. Erfüllungsort ist Fürth.

8.2. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist für Klagen Gerichtsstand ebenfalls Fürth.

8.3. Die gegenseitigen Rechtsbeziehungen bestimmen sich nach deutschem Recht.

9. Salvatorische Klausel

Sollte eine Bestimmung nicht wirksam sein oder werden, bleiben die übrigen Bestimmungen gültig. In diesem Falle wird die betreffende Bestimmung durch eine neue wirksame ersetzt.

Stand der allgemeinen Geschäftsbedingungen Leinwandwerbung: Dezember 2011.

Buchungsmodalitäten Werbefilm 2012

(gültig ab 1. Spielwoche 2012)

Ab diesem Zeitpunkt verlieren alle bisherigen Geschäftsbedingungen und Preislisten ihre Gültigkeit.

I. Allgemeingültige Buchungsmodalitäten

1. Mindestlänge

Die Mindestlänge eines Werbefilms beträgt 30 Sekunden.

Die Länge eines Werbefilms (24 Bilder/ Sekunde) wird vom ersten Bild bis zum letzten Bild, bei Tonvorlauf vom ersten Ton, bei Tonnachlauf bis zum letzten Ton gemessen.

2. FSK-Freigabebescheinigung

Jeder Werbefilm muss von der „Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ (FSK) mit einer FSK-Freigabebescheinigung freigegeben werden unter Angabe der Altersfreigabe und der Einhaltung der Bild- und Tonnorm.

Es ist darauf zu achten, dass die Freigabe „ohne Altersbeschränkung“ erfolgt, damit der Werbefilm zu allen Spielfilmen vorgeführt werden kann.

Werbefilme der Branchen Tabak und Alkohol werden grundsätzlich erst ab 18:00 Uhr vorgeführt. Zu Kinder- und Zeichentrickfilmen wird generell keine Tabakwerbung vorgeführt.

Bei Nichtvorführung von Werbefilmen aufgrund nicht vorliegender FSK-Bescheinigungen bzw. höherer Altersfreigabe als der des zum Werbeprogramm gezeigten Spielfilms können keine Gutschriften erteilt werden.

3. Konkurrenzausschluss

Ein Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

4. Werbefilm analog

Aufträge müssen spätestens 14 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen. Die Werbefilmkopien müssen mindestens 14 Tage vor Einschaltbeginn in unserem Filmlager vorliegen.

Sollten diese Voraussetzungen von dem Auftraggeber nicht erfüllt werden, kann eine ordnungsgemäße Durchführung des Auftrages von uns nicht gewährleistet werden. Eventuelle Ausfälle gehen zu Lasten des Auftraggebers.

Bei Nichteinhaltung dieser genannten Fristen werden zusätzlich entstehende Versand- und Bearbeitungskosten in Rechnung gestellt.

Für jeden Einsatz sollten 10 % Reservekopien eingeplant werden.

Folgende Richtlinien sind zu beachten:

- 35-mm-Film mit Lichtton
- Bildformat 1 : 1,85 (Höhe : Breite)
- Werbefilme sind grundsätzlich im Format Dolby SR abzumischen. Sie können zur Qualitätssteigerung in Dolby Digital oder Dolby Digital Surround EX gemischt werden.
- Maximale Aussteuerung: Gemessen mit dem Dolby 737 Soundtrack Loudness Meter darf der angezeigte Durchschnittswert von Leq 82 nicht überschritten werden.

Die Verpflichtung zur Aufbewahrung von Werbemitteln endet drei Monate nach Ablauf der Vorführung. Danach ist der Auftraggeber verpflichtet, uns unverzüglich mitzuteilen, wie mit den Kopien verfahren werden soll:

- kostenpflichtige Einlagerung
- kostenpflichtige Vernichtung
- kostenpflichtiger Rückversand

5. Werbefilm digital

Wir behalten uns das Recht vor, die jeweiligen Werbefilme in digitalisierter Form in Datenbanken zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Dies gilt insbesondere für die Einspeisung, Abspeicherung und/oder Bereithaltung.

Ferner behalten wir uns das Recht vor, die Dateien zum Zwecke der akustischen/optischen Wahrnehmung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung und/oder Verfügbarmachung entgeltlich oder unentgeltlich zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Hierzu gehört in diesem Zusammenhang das Recht, die jeweiligen Werbefilme und die daran bestehenden Rechte der Öffentlichkeit entsprechend dem Auftragsinhalt auf unkörperlichem Wege anzubieten und/oder anbieten zu lassen, verfügbar zu machen und/oder verfügbar machen zu lassen und zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Aufträge müssen mindestens 10 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen.

Das digitale Ausgangsmaterial muss den Vorgaben unserer Produktionsrichtlinien entsprechen und mindestens 2 Werktage vor Einschaltbeginn vorliegen.

Für die Herstellung des digitalen Masters pro 30-Sekunden-Motiv entstehen einmalige Kosten in Höhe von € 250,-- unabhängig von der Anzahl der gebuchten Säle (abweichende Längen auf Anfrage).

Für Buchungen auf digitalen Leinwänden werden je Motiv und digitaler Leinwand € 7,00 als Digital Processing Fee berechnet.

Bei analoger Anlieferung entstehen zusätzlich Digitalisierungskosten in Höhe von mindestens € 850,--. Exakte Preise können erst nach Prüfung des Ausgangsmaterials genannt werden.

Die exakten Produktionsrichtlinien können Sie dem RoWo-Digital® Produktionshandbuch entnehmen.

6. Sonderwerbeformen

Tandem- / Tridem-Spot

Beide Werbeformen sind nur als Werbefilm buchbar. Für Werbefilmeinsätze mit Reminder gilt:

- Tandem-Spot:
Mindestberechnungslänge 40 Sekunden
- Tridem-Spot:
Mindestberechnungslänge 50 Sekunden

Die Einhaltung der gewünschten Reihenfolge wird dem Theater vorgegeben, kann aber nicht garantiert werden.

II. Buchungsmodell Einzelbesucherabrechnung (Cinema Reloaded)

1. Auftragsgegenstand

Auftragsgegenstand ist die Erreichung der gebuchten Kontakte. Die Vorgabe einer bestimmten Wochenanzahl durch den Auftraggeber hat lediglich Orientierungsfunktion. Bei Erreichen der gebuchten Kontakte wird die Schaltung gestoppt.

Die erreichten Kontakte werden mit Hilfe von Rentrak EDI (Besucherszahl pro Film bzw. Center) ermittelt. Die ermittelten Kontaktdaten erfolgen auf Anfrage jeweils frühestens am Dienstag der auf die Einschaltwoche folgenden Woche.

Dabei werden jeweils die Daten von mindestens drei Betreibern oder zehn Kinostandorten zusammengefasst.

2. Vorführung

Bei gebuchten Spielfilmen wird die Werbung in jeder regulären Vorstellung (der gebuchten Woche) eines Centers vorgeführt, in der der bzw. die gebuchte(n) Spielfilm(e) gezeigt wird/werden.

Bei Saalbuchungen wird die Werbung zu jeder regulären Vorstellung des jeweiligen Theaters in der gebuchten Woche vorgeführt.

3. Buchungsformen / Preise

CR-Saal: Die in der Liste genannten Preise gelten als Saal-Sekunden-Basispreis je 1.000 Besucher (jeweils Folgezeile/FFA Saalnummer).

Bei saalbezogenen Buchungen errechnet sich der Abrechnungspreis pro Saal und Woche aus den ermittelten Gesamtbesuchern pro Center und Woche. Die Besucher pro Saal werden aus den gemeldeten Gesamtbesuchern aller Filme pro Center mit Hilfe der prozentualen Verteilung gemäß IVW auf den jeweiligen Saal abgeleitet. (Beispiel: Center hat 30 IVW gesamt, Saal 1 hat 6 IVW, ergibt dies einen Anteil von 20 % an den Centerbesuchern).

Bei Schaltungen von Werbefilmen in Vorstellungen, die ab 18:00 Uhr beginnen, reduziert sich der Schaltpreis um 20%.

CR-Film: Die in der Liste genannten Preise gelten als Center-Sekunden-Basispreis je 1.000 Besucher für filmbezogene Buchungen.

Grundsätzlich sollen filmbezogene Buchungen jeweils bei allen Theatern der RoWo Mediagroup, die den betreffenden Film in der gebuchten Woche zeigen, erfolgen.

Bei filmbezogenen Buchungen errechnen sich die Abrechnungspreise aus den gebuchten und erreichten Besucherkontakten, die der jeweilige Film erzielt hat.

Filmbezogene Schaltungen von Werbefilmen in Vorstellungen, die ab 18:00 Uhr beginnen, sind nicht möglich.

Für jedes gebuchte Center mit mindestens einem digitalen Saal wird pro gebuchten Hauptfilm ein Mal die Digital Processing Fee berechnet.

4. Sonderwerbeformen 3D-Werbung

Die Einschaltung von 3D-Werbefilmen ist nur in speziell dafür ausgestatteten Kinosälen filmbezogen möglich. Eine Liste 3D-fähiger Kinosäle erhalten Sie auf Anfrage.

Kosten: € 4,35 / Sekunde / 1.000 Besucher

Für Buchungen auf digitalen Leinwänden werden je Motiv und digitaler Leinwand € 22,00 als Digital Processing Fee berechnet.

Aufträge müssen mindestens 10 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen. Das digitale Ausgangsmaterial muss den Vorgaben unserer Produktionsrichtlinien entsprechen und mindestens 7 Werktage vor Einschaltbeginn vorliegen.

Bei späterer Bekanntgabe/Anlieferung werden die zusätzlich entstehenden Versand- und Bearbeitungskosten berechnet, und es kann keine Gewähr für eine ordnungsgemäße und termingerechte Vorführung übernommen werden. Ausfälle gehen dann zu Lasten des Auftraggebers.

Für die Herstellung des digitalen Masters pro 30-Sekunden-Motiv entstehen einmalige Kosten in Höhe von € 690,-- unabhängig von der Anzahl der gebuchten Säle (abweichende Längen auf Anfrage).

Digitale Sonderplatzierung / Digital Top 3

Garantiert letzter Spot im Werbeblock:

Nur als CRFilm buchbar.

Kosten: € 4,05 / Sekunde / 1.000 Besucher.

Garantierte Platzierung unter den letzten drei Spots:

Buchbar als CRSaal oder CRFilm.

Kosten: € 3,38 / Sekunde / 1.000 Besucher.

Diese Sonderplatzierungen können nur auf Einzelanfrage in den Kinos mit dem System RoWo-Digital® gebucht werden.

Diese Sonderplatzierungen sind nicht möglich für Tandem- und Tridem-Spots.

Presenter

Diese Werbeform ist nur als CRFilm buchbar.

Für Presenter-Einsätze gilt:

Presenterschaltungen sind nicht rabattfähig.

Kosten:

2D-Presenter

€ 4,35 / Sekunde / 1.000 Besucher

3D-Presenter

€ 5,00 / Sekunde / 1.000 Besucher

Die Bestätigung einer Presenterschaltung erfolgt nach Verfügbarkeit.

Abweichend von den oben angegebenen Kopienmengen werden je gebuchtem Hauptfilm je eine Werbefilm-Kopie für alle gebuchten Theater benötigt, zzgl. 10% Reservekopien.

5. Auftragsüberschreibungen

Auftragsüberschreibungen müssen die einheitlichen auf FFA-Basis erstellten Theaternummern und (bei filmbezogenen Buchungen) die EDI Releasecodes enthalten. Bei der Überschreibung für saalbezogene Buchungen sind die von Rentrak EDI gelieferten und regelmäßig aktualisierten Besucherzahlen, wie sie vom FDW veröffentlicht werden, als Grundlage für das gebuchte Besuchersoll zu nutzen.

Abrechnungsbasis für die CR-Buchungen sind die Werte der Montags-Lieferung (inkl. Korrekturen) von Rentrak EDI nach Ablauf der gesamten Woche.

Wir behalten uns vor, bei Kontakterreichung die Schaltung auch unterwöchig zu stoppen.

III. Werbefilm / CR Fix

1. Basispreise von Werbefilmen *

Die in der Preisliste verzeichneten Einschaltpreise pro Filmtheater gelten als Basispreis pro Sekunde/Spielwoche (Preisindex 100).

Die Ganztagspreise beziehen sich auf alle regulären Vorstellungen des jeweiligen Theaters.

2. Mindestberechnung *

1 Spielwoche (Donnerstag bis Mittwoch)

Die Mindestberechnung für den einwöchigen Werbefilmeinsatz beträgt 30 Sekunden.

Der effektive Einschaltpreis errechnet sich aus dem Basispreis, der Filmlänge und den nachfolgend genannten Auf- bzw. Abschlägen für die jeweiligen Spielwochen (Saisonalität):

Filmwoche	Basispreis	Filmwoche	Basispreis
1 – 21	+/- 0 %	31 – 33	- 10 %
22 – 23	+ 15 %	34 – 40	+/- 0 %
24 – 27	- 20 %	41 – 50	+ 20 %
28 – 30	+ 20 %	51 – 53	+ 25 %

Für Open-Air-Kinos kommt die saisonale Staffel nicht zum Tragen.

* Wir behalten uns ausdrücklich eine Änderung der Mindest-Berechnungslänge und der Belegungsmöglichkeit im Einzelfall vor. Weiterhin sind wir berechtigt, im Rahmen unseres Vertriebssystems Rabatte an den Kunden zu gewähren.

3. Neueröffnungen

Seit dem 1. Januar 1999 müssen neueröffnete Kinos 26 Wochen nach dem Eröffnungsdatum die effektiven Besucherzahlen des ersten halben Betriebsjahres durch FFA-Bestätigungen (Filmförderungsanstalt) nachweisen.

Danach erfolgt die Neueinstufung aufgrund der tatsächlichen Besucherzahlen. Diese neuen Preise werden ab der 40. Kinowoch nach Eröffnungsdatum berechnet. Sie gelten dann auch für bereits zuvor erteilte Einschaltaufträge.

Für die bereits disponierten Spielwochen vor der 40. Spielwoche ab Eröffnung erfolgen weder Nachberechnungen noch Gutschriften bzw. Preisänderungen.

Erläuterungen zu dieser Preisliste

Kinokategorien

F	Familienkino
PG	Programmkino
FK	Filmkunstkino
MP	Multiplexkino
AU	Autokino
CP	Cityplexkino

Zusatzinformationen

Open-Air-Kinos sind in dieser Preisliste nicht verzeichnet. Informationen zu diesen Veranstaltungen werden in den laufenden Preislisten-Nachträgen der RoWo Mediagroup veröffentlicht.

In den gelb hinterlegten Sälen erfolgt die Einschaltung von Werbefilmen ausschließlich auf digitalem Weg.