

Allgemeine Geschäftsbedingungen der AGIR-Werbe GmbH & Co. KG für die Werbung in Filmtheatern

Ziffer 1 - Gegenstand der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Die nachfolgenden Bestimmungen regeln die Durchführung von Werbung in Filmtheatern mittels der dafür möglichen Werbemittel für den Einsatz/die Projektion auf der Kinoleinwand.

Ziffer 2 - Auftragsannahme, Auftragsablehnung

a) Ein Auftrag gilt als angenommen, wenn der Auftraggeber dem Auftragnehmer das ihm zugesandte Angebot als angenommen bestätigt bzw. auf Basis des vorliegenden Angebotes den Auftrag erteilt. Die Bestätigung bzw. Auftragserteilung kann in schriftlicher Form per Mail (*.pdf), als Fax oder postalisch per Brief erfolgen. Erfolgt die Bestätigung des Auftraggebers mündlich bzw. per Maitext kommt der Auftrag durch Rückbestätigung des Auftragnehmers per Fax oder Brief zustande, sofern der Auftraggeber dieser nicht innerhalb von 48 Stunden widerspricht.

b) Die Werbeverwaltung kann die Ausführung eines Auftrags zur Durchführung von Werbung nach Vertragsschluss aus sachlichem Grund ablehnen.

c) Die Werbeverwaltung behält sich vor, Aufträge - auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen der Werbeverwaltung abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für die Werbeverwaltung oder das Filmtheater unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Ziffer 3 - Preise, Kosten

a) Die Preise berechnen sich nach unserer Preisliste in ihrer aktuellen Fassung. Die darin ausgewiesenen Preise gelten für die Vorführung zu allen regulären Vorstellungen. Die Preise gelten für ortsansässige und auswärtige Auftraggeber.

b) Die Kosten der Anfertigung von Werbemitteln (Filmen, Filmmaterial sowie für die Herstellung von Werbemitteln benötigten Materialien und Dienstleistungen) sind in den in der Preisliste für die Vorführung ausgewiesenen Preisen nicht enthalten.

c) Die Vorführkosten beziehen sich auf den Zeitraum des Einsatzes, die Anzahl der zu erreichenden Besucher (bei sogenannten CR-Schaltungen), die zeitliche Länge des Films sowie die im Angebot enthaltene Kinosaalauswahl.

d) Die Vorführkosten sind im Voraus, spätestens jedoch eine Woche vor dem Einsatz des Filmes zu zahlen. Hiervon abweichende Zahlungsbedingungen können nur schriftlich im jeweiligen Einzelauftrag festgelegt werden und sind nur gültig, wenn sie von beiden Vertragspartnern akzeptiert werden.

e) Porto und Verpackung für den Versand sowie für die Auswechslung von Werbematerialien können dem Auftraggeber in Rechnung gestellt werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen der AGIR-Werbe GmbH & Co. KG für die Werbung in Filmtheatern

Ziffer 4 - Werbefilme, Kinospots

- a) Kinowerbeeinsätze auf der Leinwand sind mindestens eine Spielwoche (von der ersten Vorstellung am Donnerstag - bis zur letzten Vorstellung am darauffolgenden Mittwoch) einzusetzen. Nachfolgende Einsätze schliessen sich im selben Turnus an. Daneben gibt es sogenannte Monatseinsätze (Monatsschaltungen), die auf Basis desselben Turnus (Donnerstag bis Mittwoch) über den Zeitraum eines Monats (4-5 Wochen) zum Einsatz gelangen. Zur Synchronisation des Turnus mit der kalendarischen Systematik kann es zu tageweisen Überhängen aus dem Vor- bzw. in den Folgemonat kommen.
- b) Unzulässig ist der Einsatz von mehr als einer Werbekopie pro Woche und Theater, sofern für diesen Zeitraum nur ein Termin gebucht worden ist.
- c) Kinowerbung hat eine Mindestberechnungslänge von 13 Sekunden bzw. 15 Sekunden (abhängig vom gebuchten Kinosaal) auf der Preisbasis des Wochenfestpreises und eine Mindestlänge von 30 Sekunden auf der Basis von Einzelbesucherberechnung, wobei keine Maximallänge vorgeschrieben ist.
- d) Die Länge von Werbemitteln wird vom ersten Bild bis zum letzten Bild, bei Tonvorlauf vom ersten Ton, bei Tonnachlauf bis zum letzten Ton gemessen.
- e) Sonderwerbformen wie z.B. Tandem- bzw. Tridem-Schaltungen, Einsätze von 3D-Motiven, Aktionen im Kinosaal o. ä. sind möglich, haben jedoch eine andere Preisberechnung außerhalb der üblichen Listenpreise und sind vorher zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber schriftlich abzustimmen und festzulegen.
- f) Bei besucherzahlenbezogenen Einsätzen kann die Buchung nach Erreichen der vorab gebuchten Besucherzahl unmittelbar, also auch innerhalb einer Spielwoche, gestoppt werden. Saalbuchungen mit Preisbasis Einzelbesucher müssen zum Zeitpunkt der Buchung ein Besuchersoll - auf Basis der absehbaren Besucherentwicklung - haben, das eine Laufzeit von mindestens 4 Wochen in den gebuchten Sälen erfordert.
- g) Filmbezogene Buchungen müssen ein in Abhängigkeit von der Kinoauswahl ein bestimmtes Mindest-Kampagnen-Besuchersoll haben, das vom Auftraggeber zu buchen ist. Werden innerhalb eines Auftrages für einen Kunden/Motiv mehrere Filme gebucht, so gilt hier für alle Filme zusammen ein auftragsbezogenes Gesamtbesucherziel. Die Buchung von mehreren Filmen innerhalb eines Auftrags mit einzelnen Besucherzielen je Film ist nicht möglich. 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.
- h) Bei saalbezogenen Buchungen mit Einzelbesucherabrechnung errechnet sich der Abrechnungspreis pro Saal aus den von ComScore/Rentrak gemeldeten Gesamtbesuchern aller Filme pro Center mit Hilfe der prozentualen Verteilung gemäß IVW auf den jeweiligen Saal (Beispiel: Center hat 30 IVW gesamt, Saal 1 hat 6 IVW, was einen Anteil von 20% an den Centerbesuchern ergibt).
- i) Die erreichte Besuchermenge wird mit Hilfe von ComScore/Rentrak (Besucherzahl pro Film bzw. Center) ermittelt. Der Besucherreport erfolgt auf Anfrage jeweils frühestens am Dienstag der auf die Einschaltwoche folgenden Woche. Dabei werden jeweils mindestens drei Betreiber oder zehn Kinostandorte zusammengefasst. Diese Form der Besucherermittlung gilt sowohl für filmbezogene, als auch für besucherzahlenbezogene Einsätze und hat keine Gültigkeit bei Wochen-Festbuchungen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen der AGIR-Werbe GmbH & Co. KG für die Werbung in Filmtheatern

Ziffer 5 - Vorführung, Konkurrenzausschluss

- a) Die Werbung wird erst nach dem angekündigten Vorstellungsbeginn vorgeführt.
- b) Die Werbemittel werden im abgedunkelten Theater vorgeführt.
- c) Platzierungswünsche innerhalb des Werbeblocks, in dem die Kinowerbung vorgeführt wird, sind nicht Gegenstand der Werbeschaltung. Hiervon abweichende Vereinbarungen müssten gesondert in den jeweiligen Aufträgen dokumentiert sein.
- d) Ein Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

Ziffer 6 - Rücktrittsrecht, Verlegung von Einschaltterminen

- a) Ein etwaig vereinbartes Rücktrittsrecht kann bei Wochen-Festbuchungen nur unter Einhaltung einer Frist von nicht weniger als 30 Arbeitstagen vor dem Einschalttermin ausgeübt werden. Eine Buchung auf Basis Einzelbesucherabrechnung ist nur unter Einhaltung einer Frist von nicht weniger als 30 Arbeitstagen vor dem ersten Einschalttermin stornierbar.
- b) Für sämtliche Werbeeinsätze ist eine einmalige Verlegung von Einschaltterminen möglich, sofern eine entsprechende Erklärung mindestens 20 Arbeitstage vor diesem Termin vorliegt und mit dieser gleichzeitig der mit der Werbeverwaltung vereinbarte neue Einschalttermin bestätigt wird. Die Vereinbarung eines Ersatztermins bedingt, dass die Einschaltung innerhalb einer angemessenen Frist erfolgt. Verschobene Termine dürfen nicht mehr storniert werden. Verlegungen in das nächste Kalenderjahr sind nur einmalig möglich. In diesem Fall sind Preisabweichungen möglich.

Ziffer 7 - Pflichten des Auftraggebers

- a) Für die rechtzeitige (spätestens 15 Arbeitstage vor Kampagnenstart bei 2D-Einsätzen, Anlieferungstermine für 3D-Einsätze nach individueller Vereinbarung) und einwandfreie Anlieferung der Werbemittel oder sonstigen Auftragsunterlagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Bei nicht rechtzeitiger Lieferung wird der reservierte Platz trotzdem berechnet.
- b) Die Bekanntgabe technischer Einzelheiten wie Titel, Länge, Vor- oder Nachspieler, hat rechtzeitig - mindestens jedoch 5 Wochen vor Einsatzbeginn - bei dem Auftragnehmer vorzuliegen. Sämtliche Werbeeinsätze sind einer FSK-Prüfung zu unterziehen, wobei diese mindestens 14 Arbeitstage vor Einsatzbeginn beim Auftragnehmer vorzuliegen hat.
- c) Jedes eingeschaltete Motiv muss eine Freigabebescheinigung über die Altersfreigabe und die Einhaltung der Bild- und Tonnorm (Tonstandard) durch die FSK erhalten. Überschreitet eine zur Buchung angelieferte Tonmischung die für Kinowerbung vorgeschriebene Lautstärke von max. Leq(m) 82dB, wird automatisch eine entsprechende Rückpegelung gegen Zusatzberechnung vorgenommen. Nur wenn das Motiv „ohne Altersbeschränkung freigegeben“ wird, ist gewährleistet, dass es zu allen regulären Vorstellungen und Filmen gezeigt werden kann. Motive der Branchen Tabak und Alkohol werden grundsätzlich erst ab 18:00 Uhr gezeigt. Zu Zeichentrick-/Animationsfilmen wird generell keine Tabakwerbung gezeigt. Sofern keine FSK-Freigabe für die Altersklasse 0 bzw. unbeschränkt vorliegt oder

Allgemeine Geschäftsbedingungen der AGIR-Werbe GmbH & Co. KG für die Werbung in Filmtheatern

die Tonnorm nicht eingehalten wurde, kann es zu teilweisen oder kompletten Werbeausfällen kommen, für die alleine der Auftraggeber die Haftung zu übernehmen hat.

d) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Vorführung zur Verfügung gestellten Unterlagen. Der Auftraggeber übernimmt es, den Auftragnehmer bzw. die ihm nachgeordneten Unternehmen die an dem Werbeeinsatz beteiligt sind, über ihm bekannte Umstände, welche gegen die rechtliche Zulässigkeit der zur Verfügung gestellten Unterlagen sprechen, zu informieren. Dem Auftraggeber obliegt es, den Auftragnehmer bzw. die ihm nachgeordneten Unternehmen die an dem Werbeeinsatz beteiligt sind von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags gegen diese erwachsen.

Ziffer 8 - Rabatterstattung

Wird ein Auftrag aus Umständen nicht voll erfüllt, die der Auftragnehmer bzw. die ihm nachgeordneten Unternehmen, die an dem Werbeeinsatz beteiligt sind, nicht zu vertreten haben, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Rabatt zu erstatten.

Ziffer 9 - Verzug

a) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen laut Preisliste des Auftragnehmers bzw. die ihm nachgeordneten Unternehmen, die an dem Werbeeinsatz beteiligt sind, sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Auftragnehmer bzw. die ihm nachgeordneten Unternehmen, die an dem Werbeeinsatz beteiligt sind, können bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des Auftrags bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Vorführungen Vorauszahlung verlangen.

b) Ist der Auftraggeber mit einer fälligen Zahlung in Verzug oder bestehen objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers, so ist der Auftragnehmer berechtigt, auch während der Laufzeit eines Auftrags die Durchführung weiterer Vorführungen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrags und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

Ziffer 10 - Haftung

a) Der Auftraggeber hat bei mangelhafter Vorführung einen Anspruch auf einwandfreie Ersatzvorführung. Lässt der Auftragnehmer eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzvorführung erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags (Rücktritt).

b) Für die Schadensersatzhaftung - ausgenommen für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - gilt Folgendes: Bei mangelhafter Vorführung ist die Haftung des Auftragnehmers auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden begrenzt. In Geschäftsbeziehungen mit Unternehmern ist die Haftung für Schäden, die im Zusammenhang mit einer mangelhaften Vorführung auf Ersatz, der an den sonstigen Rechtsgütern des Auftraggebers eingetretenen Vermögenseinbußen gerichtet ist (Mangelfolgeschäden), ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn der Auftragnehmer eine wesentliche Vertragspflicht verletzt hat, der Mangelfolgeschaden in der Reichweite einer Garantie des Auftragnehmers für die Beschaffenheit der Vorführung liegt oder bei vorsätzlicher oder grob fahrlässiger Pflichtverletzung des Auftragnehmers, seines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen der AGIR-Werbe GmbH & Co. KG für die Werbung in Filmtheatern

- c) Sonstige Schadensersatzansprüche bei zu vertretender Verletzung nicht wesentlicher Vertragspflichten sind ausgeschlossen, es sei denn, es handelt sich um eine vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung des Auftragnehmers, eines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen oder um Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer fahrlässigen Pflichtverletzung der Werbeverwaltung oder einer vorsätzlichen oder fahrlässigen Pflichtverletzung eines gesetzlichen Vertreters oder Erfüllungsgehilfen beruhen. Die Haftung - ausgenommen diejenige für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit - ist dabei begrenzt auf den Ersatz des vertragstypischen vorhersehbaren Schadens, es sei denn, es handelt sich um eine vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung des Auftragnehmers, seines gesetzlichen Vertreters oder leitenden Angestellten.
- d) Beanstandungen der Vorführung können nur berücksichtigt werden, wenn der Mangel unverzüglich der Theaterleitung zur Nachprüfung gemeldet und unverzüglich dem Auftragnehmer unter Angabe von Theater, Tag und Vorführzeit schriftlich mitgeteilt wird.
- e) Die Verpflichtung zur Aufbewahrung der Werbemittel oder sonstigen Materialien, die im Zusammenhang mit der Werbebuchung dem Auftragnehmer zugegangen sind, endet drei Monate nach Ablauf der Einschaltung. Nach Ablauf dieser Frist ist der Auftragnehmer berechtigt, die Werbemittel zu vernichten.

Ziffer 11 - Digitalisierung

Wir behalten uns das Recht vor, die jeweiligen Motive in digitalisierter Form in Datenbanken zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Dies gilt insbesondere für Veröffentlichungen auf Präsentationsplattformen, die Einspeisung, Abspeicherung und/oder Bereithaltung. Ferner behalten wir uns das Recht vor, die Daten zum Zweck der akustischen/optischen Wahrnehmung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung und/oder Verfügbarmachung entgeltlich und/oder unentgeltlich zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen. Hierzu gehört in diesem Zusammenhang das Recht, die jeweiligen Motive 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.

Ziffer 12 - Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, wird die Verbindlichkeit aller übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Die Parteien verpflichten sich in diesem Fall, die betreffende Bestimmung durch eine neue wirksame zu ersetzen.

Ziffer 13 - Erfüllungsort und Gerichtsstand

- a) Erfüllungsort ist der Sitz des Auftragnehmers.
- b) Im Geschäftsverkehr mit Unternehmern, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Auftragnehmers.
- c) Die gegenseitigen Rechtsbeziehungen bestimmen sich nach deutschem Recht.