



BUCHUNGS- BEDINGUNGEN

BUCHUNGSBEDINGUNGEN – SPECIAL AD BREAKS

2021/22

Für Special Ad Breaks (nachfolgend „Special Ads“) gelten die AGB der SevenOne Media, soweit vertraglich nichts anderes vereinbart ist. Die AGB können Sie sich unter <http://www.sevenonemedia.de/agb> herunterladen.

Zusätzlich zu den Mediakosten entstehende Produktionskosten für Special Ads trägt der Kunde. Änderungen der Programmplanung sind vorbehalten. Der Vertrag wird vorbehaltlich der Zustimmung durch den Sender geschlossen. Das produzierte Sendematerial der Special Ads bedürfen der juristischen und redaktionellen Freigabe durch den Sender und / oder der SevenOne Media.

Motivwechsel sind wöchentlich möglich. Zur verbindlichen Buchung der Special Ads ist eine konkrete Nennung des zu platzierenden Produktes erforderlich. Eine Umbuchung durch den Kunden ist bis zehn Werktagen vor Ausstrahlung unter Berücksichtigung des Wettbewerbsausschlusses nach The Nielsen Company (Germany) „FAMILIE“ im Falle von vorhandenen Co-Sponsoren möglich. Die Anlieferung des sendefähigen Materials muss mindestens fünf Werktagen vor Ausstrahlung erfolgen.

Eine Reservierung und ein Erstverhandlungsrecht können grundsätzlich nicht gewährt werden. Gültig ist ausschließlich die schriftliche Buchung. Es gelten die Stornoregelungen gemäß den AGB (6 Wochen).

Bei Buchung der Special Ads mit einem größeren Vorlauf als 6 Wochen steht der Vertragsschluss unter dem Vorbehalt von Programmänderungen.

Eine Belegung von noch verfügbaren Special Ads in einem Format, welches durch einen Wettbewerber, nach The Nielsen Company (Germany) „FAMILIE“, gesponsert wird, ist nicht möglich.

Bei Buchung der Special Ads Abspann Split, Program Split und Cut In (i) außerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs und / oder (ii) innerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs in vom Sender kurzfristig eingeplanten, in der Programmplanung kommunizierten Umfeldern (d.h. wenn das Format erst innerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs vor

Ausstrahlung von SevenOne Media kommuniziert wurde) steht der Vertragsschluss unter dem Vorbehalt des Wettbewerbsausschlusses nach The Nielsen Company (Germany) „FAMILIE“ zu Gunsten möglicher Sponsoringkunden.

