

ZUSATZBEDINGUNGEN DER ARD MEDIA GMBH | PODCAST

Ergänzende Bedingungen zu den allgemeinen Geschäftsbedingungen der ARD MEDIA GmbH/ Radio für den Bereich Podcast Advertising/ Podcast Werbung

Für werbliche Texte für Audio-Integrationen in Podcasts (Einzelfolge, mehrere Episoden und vollständige Staffel) sowie andere Audio-Werbeintegrationen im Podcast Umfeld gelten ergänzend und vorrangig gegenüber den AGB der ARD MEDIA GmbH/ Radio die nachfolgenden Bestimmungen:

Die Belegung thematisch passender Umfelder oder Themen steht unter dem Vorbehalt redaktioneller Änderungen und Verfügbarkeiten.

Der Auftraggeber verpflichtet sich die für die Leistungsvermittlung und -erbringung durch ARD MEDIA GmbH (im folgenden auch ARD MEDIA genannt) notwendigen Werbemittel (anlieferbare Audio Werbemittel), Informationen und Daten (Kampagnen-Briefing, Text-Skripte) an ARD MEDIA zu senden. Bei verspäteter oder nicht vollständiger Anlieferung ist der Auftraggeber verpflichtet, den vollen Auftragswert zu tragen.

Der Auftraggeber überträgt ARD MEDIA die notwendigen Nutzungsrechte (gemäß der Allgemein gültigen AGB) für die angelieferten Audio-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 und Publisher für die Werbemittelinbindung weiter zu übertragen. Darüber hinaus gilt Abschnitt 11 der AGBs der ARD MEDIA GmbH/ Radio entsprechend.

Der Auftraggeber ist bei Anlieferung von Audio-Werbemitteln verpflichtet, ARD MEDIA die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, zusammen mit den Kampagnendaten mitzuteilen. Werden die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben nicht eingereicht, versichert damit der Auftraggeber, dass bei der Herstellung der Audio-Werbemittel keine GEMA-pflichtige Musik verwendet worden ist.

Der Auftraggeber übersendet ARD MEDIA bis spätestens 20 Werktage vor dem vereinbarten Kampagnenstart bzw. Veröffentlichung der gebuchten Folge, Episode oder einem Staffelstart das vollständig ausgefüllte Briefing Formular.

Ein gesprochener Werbetext für die Integration in einen Podcast (Einzelfolge, mehrere Episoden und vollständige Staffel) muss mindestens 10 Werktage vor dem vereinbarten Start der Kampagne fertig erstellt sein und bei ARD MEDIA vorliegen.

Werbeintegrationen für die Werbeformen Native Ad, Podcast Audio Ad und Sponsoring können von ARD MEDIA als Serviceleistung umgesetzt werden. Für Kreation und Produktion gilt als Zusatzbedingung, dass dem Auftraggeber im Rahmen der Erstellung des finalen Textskriptes für die Audio-Produktion ein Korrekturschleife zusteht. Weitere Korrekturschleifen sind nicht möglich. Ggf. ist eine inhaltliche Abstimmung mit Publisher, dessen Redaktion und/ oder den Hosts der Podcasts im Hinblick auf Produktspezifikationen und adaptierbare Werberichtlinien für Podcast-Werbung erforderlich. Erhält ARD MEDIA innerhalb von 3 Werktagen keine Korrekturwünsche, gilt die Einbindung als abgenommen.

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

Für die Ausstrahlung eines Podcasts und sonstiger Audio-Werbung gelten die Bestimmungen in Abschnitt 15.1 und 18.1 der AGB der ARD MEDIA GmbH/ Radio entsprechend.

Eine kostenfreie Stornierung durch den Auftraggeber ist bis 6 Wochen vor dem vereinbarten Kampagnenstart möglich, es sei denn, dass bis dahin bereits direkte Kosten (bspw. Produktionskosten für Kreation) für den konkreten Auftrag entstanden sind, diese Kosten trägt der Auftraggeber. Für die Stornierung eines Auftrags gelten die Bestimmungen in Abschnitt 17.2 der AGB von ARD MEDIA GmbH/ Radio entsprechend. Fällt die Produktion oder Durchführung der Audio-Kampagne ganz oder teilweise aus einem Grund aus, den ARD MEDIA nicht zu vertreten hat, so wird die Durchführung nachgeholt. Der Anspruch auf die Vergütung bleibt unberührt.

Der Auftraggeber erhält 30 Kalendertage nach Kampagnenende ein Reporting mit mindestens der Download-Anzahl von belegten Podcast-Folgen im Kampagnenzeitraum.

ARD MEDIA kann die beendete Audio-Kampagne im Rahmen von Cases oder Proof of Concept zu Anschauungszwecken verwenden. Das gilt für die Aufbereitung von Präsentationen mit Grafiken, die auch Inhalte des Auftraggebers abbilden, für Mitschnitte der Audio-Integration, Standard-Reporting-Parameter (anonymisiert) und ggf. Begleitforschungen, die durch die ARD MEDIA durchgeführt werden.

Von ARD MEDIA für den Auftraggeber gestaltete Werbemittel dürfen nur zur Durchführung der Audio-Kampagne verwendet werden. Weitere Rechte werden dem Auftraggeber nicht eingeräumt.

Gültig ab 20. Januar 2022. Änderungen vorbehalten.