



MEDIADATEN 2016

film-tv-video.de

1. Das Online-Fachmagazin film-tv-video.de	2
1.1 Profil, Leserzahlen und -analyse	
1.2 Reichweite, Zugriffszahlen	
2. Werbeformen im Überblick	4
3. Banner- und Logo-Platzierung	5
3.1 Banner Level 1	
3.2 Banner Level 2, Logos	
4. Sponsoring	7
4.1 Homepage (Platin, Gold, Silber)	
4.2 Messe	
5. Direct-Mailing	9
6. Händler-Mailing, Newsletter-Banner	10
7. Job-Anzeigen	11
8. Sondermagazine	12
9. Kontaktdaten, Buchung, Allgemeine Geschäftsbedingungen	13



MEDIADATEN 2016

1.1 Profil, Nutzerzahlen, Leserschaft & Themen

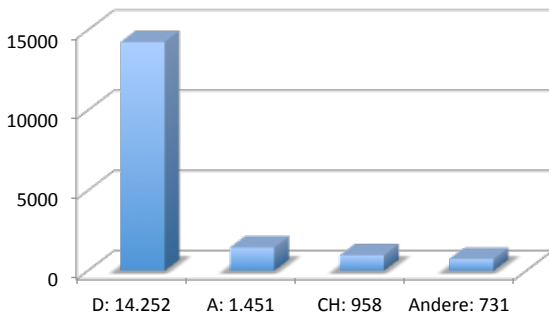
PROFIL

film-tv-video.de liefert topaktuelle technische und wirtschaftliche Infos für alle, die sich beruflich mit der Produktion, Postproduktion und Präsentation von Bewegtbildern beschäftigen.

Mit **17.392 registrierten Nutzern** in D-A-CH (Stand 11/2015) ist film-tv-video.de der größte Online-Dienst des technischen Teils der Branche.

film-tv-video.de ist seit 1999 online und damit länger im Markt als jede andere Plattform in diesem Bereich. film-tv-video.de hat als unabhängiges, redaktionelles Medium eine enge Leserbindung aufgebaut, ist im Markt intensiv verankert und bestens etabliert.

GEOGRAFISCHE ANALYSE



17.392 registrierte Nutzer
9.614 Newsletter-Abonnenten

film-tv-video.de ist als deutschsprachiges Medium exakt auf seinen Zielmarkt Deutschland, Österreich und Schweiz abgestimmt und befasst sich mit den gültigen und wichtigen Trends und Infos für diese Sprachregion.

Rund **9.600 Nutzer** haben den **E-Mail-Newsletter** von film-tv-video.de **abonniert**, der stets mit einem Editorial aufmacht, das Branchentrends aufgreift und kommentiert. Ein starkes Tool, das Meinungen bildet.

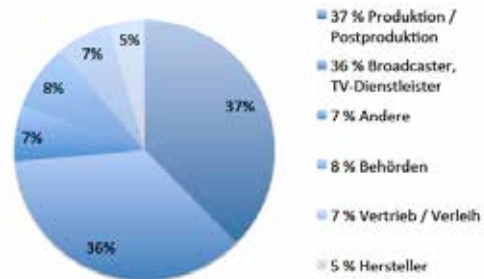
LESERSCHAFT & THEMEN

Die Leser von film-tv-video.de kommen zu zwei Dritteln aus den Bereichen Broadcast, Produktion und Post. Technische Themen spielen bei film-tv-video.de eine große Rolle, stehen aber immer in Zusammenhang mit Workflows und ökonomischer Machbarkeit.

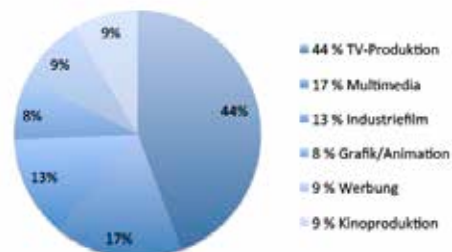
Täglich aktuelle News, Tests, Produktionsberichte und zahlreiche Videoreports machen die Inhalte von film-tv-video.de aus und sorgen für eine starke Leserbindung.

film-tv-video.de legt Wert auf praxisnahe Berichterstattung: statt Hypes und vergänglicher Blog-Style-News finden die Leser bei film-tv-video.de auch Inhalte, die es sonst nirgends gibt. Eigener Content statt cut-copy-paste.

Branchenzugehörigkeit der Leser



Produktionsbereiche der Leser





MEDIADATEN 2016

1.2 Zugriffszahlen

ZUGRIFFSZAHLEN

Bei film-tv-video.de sind Analysesysteme von eTracker und Google Analytics im Einsatz.

An dieser Stelle präsentieren wir aus Transparenzgründen die Ergebnisse beider Analysesysteme, die bei film-tv-video.de im Einsatz sind.

Ein Wort zu Klicks, Pls, Visits: Wenn Sie Werte unterschiedlicher Plattformen vergleichen, achten Sie bitte auf vergleichbare Werte. Soll heißen:

Sind die Zielgruppen der Plattformen vergleichbar (Deutsch/Englisch? Consumer/Profi?)

Wurden die Zugriffszahlen beider Vergleichskandidaten auf Monatsbasis ermittelt oder handelt es sich um kumulierte Daten?

DURCHSCHNITTSWERTE 2015

Fürs Jahr 2015 hat eTracker folgende Durchschnittswerte pro Monat ermittelt (Basis der Berechnungen: Zeitraum vom **01.01.2015 bis 31.10.2015**):

durchschnittlich 40.000+ Visits pro Monat

durchschnittlich 85.000+ Pls pro Monat

Höchstwerte April 2015:

46.273 Visits

105.929 Page Impressions

SOCIAL MEDIA



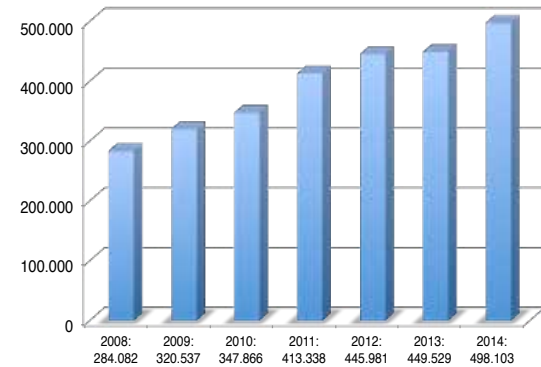
2.700 Youtube-Kanal-Abonnenten

6.100+ Facebook Follower

479 Twitter Follower

eTRACKER

Visits film-tv-video.de, 2008 bis 2014



Entwicklung Visits film-tv-video.de über den Zeitraum 2008 bis 2014.
Quelle: eTracker

GOOGLE ANALYTICS



Entwicklung Visits und Page Impressions von film-tv-video.de
Zeitraum: Januar 2015 bis Oktober 2015
Quelle: Google Analytics

56,8 % wiederkehrende Besucher

1:53 Minuten durchschnittliche Besuchszeit

2,02 Seiten pro Besuch



MEDIADATEN 2016

2. Werbeformen: Überblick

film-tv-video.de bietet verschiedene Online- und Print-Werbeformen, mit denen sich nahezu jedes Kommunikationsziel umsetzen lässt. Wir beraten Sie gern.

WEB

Online-Werbeformen wie etwa **Banner** oder die Platzierung von **Logos** bei thematisch passenden Beiträgen gehören zu den etablierten Werbeformen bei film-tv-video.de. Das professionelle Ad-Server-System bietet die Echtzeit-Erfolgskontrolle der Kampagne.

PRINT

film-tv-video.de wird 2016 drei gedruckte Magazine mit **Print-Anzeigen** veröffentlichen. Die Print-Specials decken die Bereiche Broadcast, 4K und IP ab. Leser können die Magazine kostenpflichtig erwerben – als PDF oder als gedrucktes Magazine. Während der großen Messen werden die Magazine auch weiterhin ausgelegt. Zusätzlich verschickt film-tv-video.de größere Mengen der Magazine an Sponsoren, TV-Sender, Produktionsfirmen, Dienstleister und Verleiher.

eBOOKS/PDFs

eBooks/PDFs von film-tv-video.de behandeln jeweils einen bestimmten Themenschwerpunkt und bieten dem Leser in kompakter Form umfassende Infos zu einem Themenbereich. Leser können die eBooks über die Homepage kaufen.

MAIL-SERVICES

Rund 9.000 der registrierten Nutzer von film-tv-video.de haben dem Empfang von **Direct-Mailings** zugestimmt. Dieser qualitativ hochwertige Verteiler steht für E-Mail-Aktionen zur Verfügung. Im redaktionellen Newsletter gibt es zudem die Möglichkeit, **Newsletter-Banner** zu platzieren.



Was online zu sehen ist, stellt nur einen Ausschnitt der Werbeformen dar, die es bei film-tv-video.de gibt.



MEDIADATEN 2016

3.1 Banner Level 1

BANNER LEVEL 1: ALLE EINSTIEGS- UND ÜBERSICHTSSEITEN

Superbanner

Rectangle

Half page

Die nebenstehenden Banner werden auf allen Einstiegs- und Übersichtsseiten von film-tv-video.de angezeigt.

Alle Banner im Level 1 sind Fixbanner, es wird also bei jedem Aufruf einer Level-1-Seite die gleiche Bannerkonstellation angezeigt.

Zum Level 1 gehören die Homepage sowie die Übersichtsseiten der einzelnen Bereiche .

AdServer, Sonderformate

film-tv-video.de nutzt ein professionelles Ad-Server-System, das den Echtzeitzugriff auf die Banner-Statistik erlaubt und am Ende der Laufzeit einen detaillierten Bericht liefert.

Aktuelle Formate wie Wallpaper, Expandable, Fireplace und viele mehr sind möglich – auch wochenweise. Angebote auf Anfrage.

LEVEL-1-Banner:

Superbanner 728x90 px	2.500* €
Rectangle 300x250 px	1.950* €
Half Page 300x600 px	2.500* €

Maximale Dateigröße: 50 kB

* Nettopreis pro Monat

ABMESSUNGEN ALLER BANNER (Breite x Höhe)

Superbanner/Leaderboard: 728x90 Pixel
Rectangle: 300x250 px
Newsletter-Banner: 600x80 px (statisch)
Sponsoring-Logo: 280x145 px
Formate: jpg, gif, animated gif, Flash
Datei-Größe: < 50 kB



MEDIADATEN 2016

3.2 Banner Level 2, Logos

BANNER LEVEL 2: ALLE EINZELSEITEN

Superbanner

Rectangle

Half page

Die nebenstehenden Bannertypen sind auf allen Einzelseiten innerhalb von film-tv-video.de möglich.

LEVEL-2-Banner:

Banner im Level 2 stehen auf allen Einzelseiten innerhalb von film-tv-video.de. **An jeder Position stehen maximal zwei Banner in einer Rotations-Schleife**, bei jedem Seitenaufruf wird eine neue Konstellation geladen.

Maximale Dateigröße: 50 kB

Superbanner 728x90 px	900* €
Half Page (Position 3) 300x600 px	900* €
Rectangle Position 300x250 px	900* €

* Nettopreis pro Monat

LOGO-PLATZIERUNG

hier befindet sich ein Bild eines 4K-Handhelds von JVC. Der Vorteil des HX40 ist also andere als normale. Ansonsten ist natürlich schon spannend, mit höheren Auflösungen als HD zu arbeiten. Das ermöglicht der OLYMPUS hier und heute. Es ist zwar etwas umständlich, aber immerhin funktioniert es. Und so gesehen steht der erste 4K-Handheld von JVC eine durchaus gelungene Synthese eines vergleichsweise simplen zu bedienenden Handhelds mit der 4K-Technik dar. Beim heutigen Stand der Technik, trotz seiner Schwächen in der Ausstattung und im Leistungsbereich – und zu einem dafür durchaus vertretbaren Preis.

ZUBEHÖR- UND HÄNDLER-LINKS (ANZEIGE):

Verwandte Artikel:
06.08.2012 - 260-Grad-Multiviewer mit HX40 in 4K gerastert

Die die Aufnahmen in 4K-Handhelds von JVC ist beim momentanen Stand der Technik eine durchaus gelungene Synthese eines vergleichsweise simplen zu bedienenden Handhelds mit der 4K-Technik.

LOGOS

Logos sind direkt mit einem einzelnen Artikel verknüpft: Sie stehen am Ende der Meldung und sind mit dem gewünschten Link hinterlegt. **Der Logo-Preis gilt für die gesamte Laufzeit des Artikels.**

Das bedeutet für Sie als Kunde: Ihr Logo steht nicht nur direkt nach der Veröffentlichung des Artikels in dem Beitrag, sondern während der kompletten Laufzeit des Artikels, die in der Regel unbegrenzt ist.

Bei Buchung der Logo-Pauschale platziert film-tv-video.de das Logo des Kunden für den Zeitraum eines Jahres in allen **relevanten Testberichten**.

Logo einmalig in Textnews	150* €
Logopauschale pro Jahr	650* €
Exklusives Unterbrecher-Banner im Text	380* €

* Nettopreis



MEDIADATEN 2016

4.1 Sponsoring: Homepage (Platin, Gold, Silber)

SPONSORING

Als Sponsor von film-tv-video.de profilieren Sie Ihr Unternehmen als tragende Säule dieser Informationsplattform. Sie präsentieren sich als Partner und Förderer einer hoch spezialisierten Community. Das Sponsoring umfasst:

- Platzierung des Firmenlogos
- Firmendarstellung im Sponsoring-Eintrag
- Nennung im Newsletter (nur Platin-Sponsoren)
- Kostenlose Lieferung gedruckter Sondermagazine (bis zu 30 Stück)

Sponsoren-Logos werden in der linken Spalte bei film-tv-video.de angezeigt, alle Sponsoren-Einträge werden auf der Startseite unter der Rubrik »Sponsoren« aufgeführt.

- Die Logos der Sponsoren werden für den Buchungszeitraum von einem Jahr in einer Endlosschleife angezeigt: Im Level-1-Bereich sind das nur die Logos der Platin- und der Gold-Sponsoren, im Level-2-Bereich zusätzlich noch die Logos der Silber-Sponsoren.

- Zusätzlich zur Logo-Platzierung erhalten alle Sponsoren die Möglichkeit, ihr Unternehmen mit einem Firmen-Eintrag zu präsentieren. Wenn der Firmenname in einem redaktionellen Artikel vorkommt, wird er standardmäßig mit diesem Eintrag verlinkt.

- Der Homepage-Bereich Sponsoren listet alle Sponsoren übersichtlich auf.

SPONSORING Preise

Platin-Sponsor 2.200* €

Eintrag mit Firmenpräsentation.
125x125px-Logo auf Level 1+2
(Das Logo wird auf Level 1 doppelt so häufig angezeigt wie das der Gold-Sponsoren)
Nennung im Newsletter als Sponsor (mit Logo)

Gold-Sponsor 1.100* €

Eintrag mit Firmenpräsentation
125x125px-Logo auf Level 1+2

Silber-Sponsor 400* €

Eintrag mit Firmenpräsentation
125x125px-Logo ausschließlich auf Level 2



Kontakt:
FUJIFILM Europe GmbH
Heesenstr. 31
DE-40549 Düsseldorf
Telefon: 0211-50890
Fax: 0211-50899900
www.fujifilm.eu/fujinon

Kurzcharakteristik:

Fujifilm ist in vielen Bereichen aktiv: von Digitalkameras bis zum Kinofilm, Computermedien bis zur medizinischen Bilderfassung. Bei 4K Cine & TV- und CCTV-Objektiven ist Fujifilm einer der größten Hersteller weltweit.



Firmen-Infos:

2011 wurde die Fujinon (Europe) GmbH in die FUJIFILM Europe GmbH

* Jahrespreise-Nettopreise



MEDIADATEN 2016

4.2 Sponsoring: Messe (Haupt- und Co-Sponsor)

MESSE-SPONSORING

film-tv-video.de berichtet mit großem Aufwand von den Broadcast-Messen IBC und NAB. Video-reports verbreitet film-tv-video.de zusätzlich über Youtube und erreicht darüber sehr hohe Zugriffszahlen: **Der Youtube-Kanal verzeichnete bis dato über 1,5 Millionen Videoaufrufe, hat über 2.700 Abonnenten und mehr als 500 Videos online.** Die Top-Video-reports erreichen innerhalb weniger Monate 5.000 bis 10.000 Zugriffe, beliebte Text-News erreichen in diesem Zeitraum 5.000 bis 6.000 Aufrufe.

Innerhalb dieses redaktionellen Umfeldes können Sie als Haupt- oder Co-Sponsor mit Ihrem Firmen-Logo vertreten sein. Ihr Firmen-Logo erscheint dann auf der Messe-Übersichtsseite und in allen Einzelmeldungen (Video und Text).



Empfehlungen der Redaktion:

- 11.09.2015 – IBC2015: How we do it
- 18.07.2015 – Annova baut in England mit Joe Trainor ein Niederlassungsteam auf
- 28.04.2015 – NAB2015: Annova zu Neuerungen und zum BBC-Auftrag
- 14.04.2015 – NAB2015: Neue Version von OpenMedia
- 28.02.2015 – BBC: Annova-Redaktionssystem statt ENPS
- 15.11.2014 – Annova und X-ART schließen strategische Partnerschaft
- 26.09.2014 – IBC2014-Video: Neuerungen im Redaktionssystem OpenMedia

Autor: ml

Sponsoren der IBC-Berichterstattung



MESSE-SPONSORING (TEXT- / VIDEONEWS): PREISE

film-tv-video.de vergibt maximal 7 Sponsorpositionen

Haupt-Sponsor	4.000* €
Co-Sponsor	2.200* €
Clip-Lizenzierung	180* €
Videoclip-Produktion	500* €

HAUPT-SPONSOR // CO-SPONSOR: LEISTUNGEN

Haupt-Sponsor:

- Großes Logo + Link in allen Messe-News
- Großes Logo + Link in Messe-Newslettern
- Logo erscheint prominent im Vorspann aller Video-reports

Co-Sponsor:

- Logo + Link in allen Messe-News
- Logo + Link in Messe-Newslettern
- Logo-Einblendung innerhalb aller Messe-Video-reports (Mitte oder Abspann)

* Nettopreise



MEDIADATEN 2016

5. Direct-Mailing



Bei der Werbeform Direct-Mailing verschickt film-tv-video.de im Auftrag eines Kunden dessen Dokument per E-Mail an alle Nutzer, die dem Empfang von Werbe-Mails zugestimmt haben. Das sind derzeit in DACH rund 9.000 Empfänger.

Der Verteiler für Direct-Mailing-Aktionen eignet sich besonders für den Versand von Einladungen zu Roadshows, Workshops, Messen, Seminaren oder für besondere Promotion-Aktionen. Wenn Sie Einladungen zu Veranstaltungen per E-Mail verschicken, können Sie die Interessenten mit einem direkten Link zu Ihrer Registrierungsseite weiterleiten.

Die Akzeptanz der Direct-Mailings bei den Nutzern ist hoch: Die Unsubscriber-Rate nach einer Aussendung liegt im Durchschnitt unter 1%.

Die hohe Akzeptanz liegt darin begründet, dass Frequenz und Inhalt der Direct-Mailings limitiert sind. film-tv-video.de nimmt nur Versandaufträge an, die einen engen Bezug zur Zielgruppe haben und begrenzt zudem die Zahl der Aussendungen pro Monat – abhängig von der Unsubscriber-Rate. In der Regel versenden wir HTML-Dokumente, der Versand reiner Text-E-Mails oder von PDFs ist auf Wunsch aber auch möglich.

DIRECT-MAILING:

E-Mail-Werbeversand an registrierte Nutzer, die dem Empfang zugestimmt haben.

Preis pro E-Mail-Adresse	0,60* €	Mindestabrechnung	Selektion nach Postleitzahlen enthalten
		1.000 Abonnenten	
Pauschalpreis für den gesamten Verteiler	2.600* €	8.992 Abonnenten in D-A-CH, Stand 11/15	

Der Verteiler umfasst derzeit 8.992 Abonnenten in D-A-CH (Stand 11/2015) für den Versand sind aber auch Selektionen dieses Verteilers möglich,

etwa nach deutschen Postleitzahl-Gebieten. Bei Nutzung des gesamten Verteilers gewährt film-tv-video.de einen Pauschalpreis.

ABONNENTENZAHL MIT ZUSTIMMUNG FÜR DIRECT-MAILING:

In D-A-CH und nach PLZ-Bereichen in D (Stand: 12/2015)

D	A	CH	PLZ D-0	PLZ D-1	PLZ D-2	PLZ D-3	PLZ D-4	PLZ D-5	PLZ D-6	PLZ D-7	PLZ D-8	PLZ D-9
7.716	778	498	359	1.045	918	451	599	1.261	733	643	1.354	353



JOB-ANZEIGE

Technik:

System Engineer Content Management (m/w)



Die SES Platform Services GmbH bringt audiovisuelle Inhalte in bester Qualität zum Ziel – linear und non-linear, auf jedes Endgerät, in allen Formaten, über jeden Verbreitungsweg. Die SES Platform Services unterstützt Fernsehsender, Produktionsfirmen und Plattformbetreiber mit einem umfassenden Dienstleistungsportfolio bei der Realisierung ihrer Geschäftsmodelle. Alle Services sind konsequent auf die digitalen Wertschöpfungsketten der Kunden ausgerichtet. Mit über 500 via Satellit, Kabel oder Internet verbreiteten Kanälen sowie tausenden Stunden Videocontent, der monatlich an Video-On Demand Plattformen ausgeliefert wird, zählt SES Platform Services zu den führenden technischen Medien-Dienstleistern Europas. Das Unternehmen betreut mehr als 150 Kunden, darunter öffentlich-rechtliche und private Sendergruppen, Pay-TV-Anbieter, Rechteinhaber, Kabelnetzbetreiber sowie Großunternehmen.

Für unseren Bereich Content Management Services suchen wir zum nächstmöglichen Termin – am Standort Unterföhring bei München einen:

System Engineer Content Management (m/w)

AUFGABEN

- Entwicklung und Umsetzung technischer Konzepte im Umfeld Content Management (Media Asset Management) insbesondere für die automatisierte, fließbasierte Bearbeitung und Distribution von AV-Material für den klassischen Broadcast sowie der nicht-linearen Verbreitung (VOD, OTT)
- Planung, Aufbau, Optimierung und technischer Support der technischen Anlagen im Bereich Content Management
- Anforderungsanalyse und technisches Auftragsmanagement zur Umsetzung von Projekten für unsere Kunden aus den Bereichen Broadcast- und Content-Owner

VORAUSSETZUNGEN

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium im Bereich Medientechnik/-informatik/-technologie oder vergleichbare Berufsausbildung
- Sehr gute Kenntnisse verschiedener Videoformate und -technologien (z.B. XDCam, ProRes, DNxHD, DPX, HLS, Dash, Smooth Streaming) und deren Verarbeitung
- idealerweise Berufserfahrung in einer vergleichbaren Position im Umfeld der professionellen (Online-) Videotechnik
- Bereitschaft, sich in neuen Technologien und deren Implementierung in operative Prozesse einzuarbeiten
- Ausgeprägte Teamfähigkeit
- Selbstständige, strukturierte und analytische Arbeitsweise
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeit und Dienstleistungsmentalität
- Gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Interessiert?

Dann senden Sie uns Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und des möglichen Eintrittstermins. Wir freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen.

Kontakt:

SES Platform Services GmbH
Human Resources
Postfach 24 12 21
85334 München

humanresources@ses-ps.com
www.ses-ps.com

PREIS JOB-MARKT:

Large-Anzeige, Laufzeit 4 Wochen 200* €

* Nettopreis

Der Job-Markt ist eine eigene Rubrik, die bei film-tv-video.de stark frequentiert wird.

Eine **Job-Anzeige** bietet:

- unbegrenzten Text
- mehrere Bilder
- Logo + Link
- PDF-Hinterlegung für Stellenbeschreibungen

Weiterer **Vorteil** der Job-Anzeigen:

Jeder Newsletter enthält während der Laufzeit der Anzeige direkte Links zu aktuellen Job-Anzeigen (ausgenommen Messe-Newsletter).

Weiterer **Vorteil** der Job-Anzeigen:

Die aktuellsten Anzeigen werden mit ihrer Headline zusätzlich auf der Startseite angezeigt.



MEDIADATEN 2016

8. Sondermagazine



PRINT-AUSGABE

film-tv-video.de produziert 2016 drei gedruckte Sondermagazine. Die Magazine enthalten jeweils themenspezifische, aktuelle Beiträge der Online-Präsenz von film-tv-video.de.

ANZEIGENPREISE

Auflage

3.000 Stück

Umschlagseiten (4-farbig)

4. Umschlagseite	2.300* €
2. und 3. Umschlagseite	2.100* €

Im Innenteil (4-farbig)

1/1 Seite	1.600* €
1/2 Seite quer/hoch	900* €
1/3 Seite quer/hoch	650* €

Beihefter (PDF-Anlieferung)

Belegung Gesamtauflage (3.000 Stück)
Druckkosten inklusive

4-seitig	3.200* €
----------	----------

* Nettopreise

ERSCHEINUNGSDATEN SONDERMAGAZINE FILM-TV-VIDEO.DE, THEMEN

	EVT	AT	DU
1/2016: NAB 2016 (Live-, 4K-, IP-Praxis)	29.03.2016	10.03.2016	14.03.2016
2/2016: IBC 2016 (Live-, 4K-, IP-Praxis)	30.08.2016	08.08.2016	16.08.2016
3/2016: Formate, Codecs, IP	28.11.2016	03.11.2016	10.11.2016

ANZEIGENFORMATE (Breite x Höhe)

1/1 Seite

- im Anschnitt: 210 x 297 mm
(+3 mm Beschnitt 3-seitig, rechts, oben, unten)
- im Satzspiegel: 170 x 260 mm

1/2 Seite quer

- im Anschnitt: 210 x 148 mm
(+3 mm Beschnitt 3-seitig, rechts, links, unten)
- im Satzspiegel: 170 x 115 mm

1/2 Seite hoch

- im Anschnitt: 105 x 297 mm
(+3 mm Beschnitt 3-seitig, rechts, oben, unten)
- im Satzspiegel: 85 x 260 mm

1/3 Seite quer

- im Anschnitt: 210 x 99 mm
(+3 mm Beschnitt 3-seitig, rechts, links, unten)
- im Satzspiegel: 170 x 73 mm

1/3 Seite hoch

- im Anschnitt: 73 x 297 mm
(+3 mm Beschnitt 3-seitig, rechts, oben, unten)
- im Satzspiegel: 53 x 260 mm



KONTAKTDATEN

NONKONFORM GmbH

Konradinstr. 3
81543 München
Telefon: 089-23 88 87-0
Fax: 089-23 88 87-29

Redaktion

Christine Gebhard
Telefon: 089-23 88 87-10
Gerd Voigt-Müller
Telefon: 089-23 88 87-11

Anzeigen, Motive, Vorlagen

Telefon: 089-23 88 87-10
E-Mail: anzeigen@nonkonform.com

BUCHUNGSABWICKLUNG

Anlieferung

Vorlagen müssen digital in den Dateiformaten und Größen der jeweiligen Werbeform angeliefert werden.

Termine, Formate, Motivwechsel

Die Vorlagen müssen drei Werktage vor Beginn der Schaltung vorliegen. Sie können an die E-Mail-Adresse reinhart@nonkonform.com übertragen werden. Der Werbungtreibende trägt die Verantwortung dafür, dass die Vorlagen rechtzeitig – also spätestens drei Werktage vor dem 1. des gewünschten Buchungssmonats – eintreffen und im richtigen Format angeliefert werden. Der Dienstleister, die Nonkonform GmbH, ist in Fällen verspäteter oder falscher Anlieferung nicht ersatzpflichtig.

Buchungsschluss, Reservierung, Rücktritt

Die Vergabe und Platzierung der Werbeformen erfolgt nach Buchungseingang. Letztmöglicher Rücktrittstermin einer getätigten Buchung ist 10 Werktage vor Schaltungsbeginn. Reservierungen können maximal für 7 Werktage vom Zeitpunkt der Reservierung an aufrecht erhalten werden und verfallen 10 Tage vor Schaltung.

Zahlung, AE-Provision, Haftung

Die Zahlungsfrist beträgt 20 Tage ab Rechnungsstellung. Agenturen, die im Auftrag ihrer Kunden Werbeaufträge schalten, können ab einem Netto-Auftragsvolumen von 1.000 Euro (kumuliert pro Jahr / Kunde) 15 % AE-Provision geltend machen. Es gelten die AGB der Nonkonform GmbH.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für film-tv-video.de gelten die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für Online-Werbeschaltungen bei der Nonkonform GmbH (im folgenden Nonkonform), Sitz München. Stand 15.11.2015

1. Werbeauftrag

- (1) „Werbeauftrag“ oder „Auftrag“ im Sinne der nachfolgenden AGB ist der schriftliche Vertrag über die Veröffentlichung von Werbemitteln eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber) in einer Druckschrift, auf einem Datenträger, im Internet oder in sonstigen Online-Diensten zum Zwecke der Verbreitung.
- (2) Werbung für Waren oder Leistungen von mehr als einem Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten innerhalb eines Werbeauftritts bedürfen einer zusätzlichen schriftlichen oder durch E-Mail geschlossenen Vereinbarung.
- (3) Nonkonform erbringt sämtliche Dienste ausschließlich auf der Grundlage dieser AGB. Sie gelten für alle gegenwärtigen und künftigen Geschäftsbeziehungen, auch wenn sie nicht nochmals ausdrücklich vereinbart werden. Mit Unterzeichnung eines Auftrages gelten diese AGB als angenommen. Die Gültigkeit etwaiger AGB des Auftraggebers oder sonstiger Inserenten, ist soweit sie mit diesen AGB nicht übereinstimmen, ausdrücklich ausgeschlossen.

2. Werbemittel

- (1) Ein Werbemittel im Sinne dieser AGB kann zum Beispiel aus einem oder mehreren der genannten Elemente bestehen:
 - aus einem Bild und/oder Text, aus Tonfolgen und/oder Bewegtbildern (u.a. Banner)
 - aus einer sensitiven Fläche, die beim Anklicken die Verbindung mittels einer vom Auftraggeber genannten Online-Adresse zu weiteren Daten herstellt, die im Bereich des Auftraggebers liegen (z.B. Link)
- (2) Werbemittel, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht als solche erkennbar sind, werden als Werbung deutlich kenntlich gemacht.

3. Vertragsschluss

- (1) Vorbehaltlich entgegenstehender individueller Vereinbarungen kommt der Vertrag durch schriftliche oder durch E-Mail erfolgte Bestätigung des Auftrags zustande. Sämtliche Vertragsabreden, Ergänzungen und Änderungen sind zwischen den Vertragspartnern schriftlich zu vereinbaren. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.
- (2) Bei Auftragserteilung durch eine Werbeagentur kommt der Vertrag im Zweifel mit der Werbeagentur zustande, vorbehaltlich anderer schriftlicher Vereinbarungen.

4. Vertragsablehnung

Nonkonform behält sich vor, Werbeaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses - wegen ihres Inhalts, ihrer Herkunft oder technischen Form aus sachgemäßen Gründen abzulehnen bzw. zu sperren, insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, oder eine Veröffentlichung für die Nonkonform GmbH inhaltlich und/oder technisch unzumutbar wäre. Insbesondere kann Nonkonform ein bereits veröffent-



liches Werbemittel zurückziehen, wenn der Auftraggeber nachträglich Änderungen der Inhalte des Werbemittels selbst vornimmt oder die Daten nachträglich verändert werden, auf die durch ein Link verwiesen wird, und hierdurch die Voraussetzungen des Absatzes 1 erfüllt werden.

5. Abwicklungsfrist

Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Vertragsabschluss abzuwickeln.

6. Auftragserweiterung

Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 4 genannten Frist unter dem Vorbehalt vorhandener Kapazität auch über die im Auftrag genannte Menge hinaus weitere Werbemittel abzurufen.

7. Nachlasserstattung

- (1) Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die Nonkonform nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschiedsbetrag zwischen der gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass Nonkonform zu erstatten.
- (2) Der Auftraggeber hat, wenn nichts anderes vereinbart ist, rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Werbemitteln innerhalb eines Jahres entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist einen Vertrag abgeschlossen hat, der aufgrund der Preisliste zu einem Nachlass von vornherein berechtigt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb von zwei Monaten nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht wird.

8. Datenanlieferung

- (1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, vollständige, einwandfreie und geeignete Werbemittel rechtzeitig vor Schaltungsbeginn kostenfrei anzuliefern.
- (2) Die Pflicht von Nonkonform zur Aufbewahrung des Werbemittels endet drei Monate nach seiner letztmaligen Veröffentlichung.
- (3) Kosten von Nonkonform für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderung des Werbemittels hat der Auftraggeber zu tragen.
- (4) Bei nicht ordnungsgemäßer, insbesondere verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung wird keine Gewähr für die vereinbarte Verbreitung des Werbemittels übernommen, vorbehaltlich der Regelung in Ziffer 11 Abs. 3 Satz 1.

9. Rechtsgewährleistung

- (1) Der Auftraggeber gewährleistet und sichert zu, dass er alle zur Schaltung des Werbemittels erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber stellt Nonkonform von allen Ansprüchen Dritter frei, die wegen der Verletzung gesetzlicher Bestimmungen entstehen können. Ferner wird Nonkonform von den Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung freigestellt. Der Auftraggeber ist verpflichtet, Nonkonform nach Treu und Glauben mit Informationen und Unterlagen bei der Rechtsverteidigung gegenüber Dritten zu unterstützen.
- (2) Der Auftraggeber überträgt Nonkonform sämtliche für die Nutzung der Werbung in Online-Medien aller Art, einschließlich Internet erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte, insbesondere das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Bearbeitung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrags notwendigen Umfang. Vorgenannte Rechte werden in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigen zur Schaltung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen der Online-Medien.

10. Gewährleistung des Anbieters

- (1) Nonkonform gewährleistet im Rahmen der vorhersehbaren Anforderungen eine dem jeweils üblichen technischen Standard entsprechende, bestmögliche Wiedergabe des Werbemittels. Dem Auftraggeber ist jedoch bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, ein von Fehlern vollkommen freies Programm zu erstellen. Ein Fehler in der Darstellung der Werbemittel liegt insbesondere nicht vor, wenn er hervorgerufen wird durch die Verwendung einer nicht geeigneten Darstellungs-Soft- und/oder Hardware (z.B. Browser) oder durch Störung der Kommunikationsnetze anderer Betreiber oder durch Rechnerausfall bei Dritten (z.B. anderen Providern) oder durch unvollständige und/oder nicht aktualisierte Angebote auf sog. Proxies (Zwischenspeichern) oder durch einen Ausfall der statistischen Auswertung.
- (2) Bei ungenügender Wiedergabequalität des Werbemittels hat der Auftraggeber Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzwerbung, jedoch nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck des Werbemittels beeinträchtigt wurde. Lässt Nonkonform eine ihr hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzwerbung unmöglich, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrags.
- (3) Sind etwaige Mängel bei den Werbungsunterlagen nicht offenkundig, so hat der Auftraggeber bei ungenügender Veröffentlichung keine Ansprüche. Das Gleiche gilt bei Fehlern in wiederholten Werbeschaltungen, wenn der Auftraggeber nicht vor Veröffentlichung der nächstfolgenden Werbeschaltung auf den Fehler hinweist.

11. Leistungsstörungen

Fällt die Durchführung eines Auftrags aus Gründen aus, die Nonkonform nicht zu vertreten hat (etwa aus programmlichen oder technischen Gründen), insbesondere wegen Rechnerausfalls, höherer Gewalt, Streiks, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen, Störungen aus dem Verantwortungsbereich von Dritten (z.B. anderen Providern), Netzbetreibern oder Leistungsanbietern oder aus vergleichbaren Gründen, so wird die Durchführung des Auftrags nach Möglichkeit nachgeholt. Bei Nachholung in angemessener und zumutbarer Zeit nach Beseitigung der Störung bleibt der Vergütungsanspruch von Nonkonform bestehen. Sofern es sich um eine erhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hierüber informiert.

12. Haftung

- (1) Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind bei leichter Fahrlässigkeit von Nonkonform, ihren Vertretern oder Erfüllungsgehilfen ausgeschlossen. Dieses gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten; in diesem Fall ist die Haftung auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und/oder Verzug sind bei leichter Fahrlässigkeit beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens.
- (2) Bei grober Fahrlässigkeit des einfachen Erfüllungsgehilfen ist die Haftung gegenüber Unternehmern dem Umfang nach auf den vorhersehbaren Schaden beschränkt. Dies gilt nicht für die Verletzung wesentlicher Vertragspflichten.

14. Preisliste

- (1) Es gilt die zum Zeitpunkt der Auftragserteilung veröffentlichte Preisliste. Eine Änderung der Tarife bleibt vorbehalten. Dies gilt nicht gegenüber Nichtunternehmern, wenn der von der Änderung betroffene Auftrag nicht Teil einer Rahmenvereinbarung ist und nicht später als vier Monate nach Vertragsschluss ausgeführt werden soll. Für von Nonkonform bestätigte Aufträge sind Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von Nonkonform mindestens einen Monat vor Veröffentlichung des Werbemittels angekündigt werden. Im Falle einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Mitteilung über die Preiserhöhung ausgeübt werden.
- (2) Nachlässe bestimmen sich nach der jeweils gültigen Preisliste. Werbeagenturen und sonstige Werbemittler sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten von Nonkonform zu halten.

15. Zahlungsverzug

- (1) Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen und Einziehungskosten berechnet. Nonkonform kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrags bis zur Zahlung zurückstellen und für die restliche Schaltung Vorauszahlung verlangen.
- (2) Objektiv begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers berechtigen Nonkonform, auch während der Laufzeit des Vertrages das Erscheinen weiterer Werbemittel ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

16. Kündigung

Kündigungen von Werbeaufträgen müssen schriftlich oder per E-Mail bis 10 Tage vor Schaltungsbeginn erfolgen.

17. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München.

Stand dieser Mediadaten und der verwendeten Zahlen und Fakten: 11/2015 Keine Haftung für Fehler und Irrtümer.