

Allgemeine Geschäftsbedingungen für das HF-Sponsoring auf WDR 2

Die WDR mediagroup (nachfolgend „WDRmg“ oder „Auftragnehmer“ genannt) vermarktet das HF-Sponsoring für das Format der Liga-Live-Sendung auf WDR 2. Für das HF-Sponsoring auf WDR 2 gelten die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

§ 1 Vertragsabschluss

- (1) Der Vertrag über das Sponsoring kommt durch schriftliche oder elektronische Auftragsbestätigung durch die WDRmg zustande. Der Vertrag gilt mit dem von der WDRmg bestätigten Inhalt, sofern der Vertragspartner diesem nicht innerhalb von drei Werktagen nach Erhalt schriftlich widerspricht.
- (2) Gebuchte Sponsorenhinweise können nicht auf einen anderen Werbetreibenden oder eine andere Werbeagentur übertragen werden.

§ 2 Sendematerial

- (1) Das Sendematerial ist vom Auftraggeber bis spätestens zehn Werktage vor der Erstausstrahlung bei der WDRmg einzureichen. Später eingehende Sendeunterlagen kann die WDR mediagroup ohne Angabe von Gründen zurückweisen.

Tonträger und Textmanuskripte sind in einfacher Ausfertigung anzuliefern. Die Konfektionierung muss den ARD-Richtlinien entsprechen. Den Tonträgern ist ein den Inhalt eindeutig bezeichnendes Materialbegleitpapier beizufügen.

1. Audiodateien

In den Formaten:

- unkomprimiertes WAV-File mit 44,1- oder 48-kHz-Abtastrate und mindestens 16-Bit-Auflösung, stereo
- komprimiertes MPEG-Audio, Layer 2 oder 3, mit 44,1 oder 48 kHz (stereo) und einer Bitrate von mindestens 256 kbit/s
- Normalisierung auf 0 dBFS (digitale Volllaussteuerung)

Anlieferung:

- per E-Mail-Anhang, begrenzt auf 10 MByte Dateigröße, an E-Mail auftragsservice@wdr-mediagroup.com
- auf CD-ROM, entsprechend ISO 9660 mit Joliet-Erweiterung

2. Audio-CD nach „Red Book“-Standard

- Normalisierung auf 0 dBFS (digitale Volllaussteuerung)

Für technische Fragen stehen Ihnen unsere Mitarbeiter der Audiotechnik jederzeit gern zur Verfügung:

E-Mail technik-werbung@wdr-mediagroup.com
Telefon (0)221 2035-247

Gestaltungskosten für Sendeunterlagen:

Die Gestaltungskosten für Werbeeinschaltungen gehen ausschließlich zulasten des Auftraggebers.

Aufbewahrung und Rücksendung von Sendekopien

Auf Wunsch des Auftraggebers werden ihm die angelieferten Sendekopien auf seine Gefahr und seine Kosten zurückgesendet. Dieser Wunsch muss innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der Sendeunterlagen schriftlich geltend gemacht werden. Ansonsten werden die Sendekopien entsorgt.

- (2) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt des der WDRmg zur Verfügung gestellten Ton- und Bildmaterials, haftet für dessen rechtliche Zulässigkeit und stellt die WDRmg und den WDR von Ansprüchen Dritter frei.
- (3) Die Sponsorenhinweise müssen dem Rundfunkstaatsvertrag (RStV) in der jeweils gültigen Fassung, insbesondere § 8 RStV (vgl. Anlage 1), dem Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln (WDR-Gesetz), den ARD Richtlinien über die Werbung und zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und die Regeln zur Gestaltung von Sponsoringhinweisen (vgl. Anlage 2) entsprechen. Von dem Sponsorenhinweis darf insbesondere keine werbliche Wirkung ausgehen. Der Vertragspartner bestätigt, dass in dem Sponsorentrailer kein Material zum Einsatz kommt, dass in einem zeitgleich im Fernsehen oder WDR Radio gesendeten Werbespot verwendet wird.
- (4) Das Sendematerial wird von der WDRmg auf seine technische Verwendbarkeit und rechtliche Zulässigkeit im Hinblick auf Abs. 3 hin überprüft. Eine Veränderung der Sendeunterlagen bedarf der Abstimmung, es sei denn, sie ist zur Anpassung an die Sendenormen erforderlich. Die Gestaltungskosten für Sendeunterlagen (Bild und Ton) gehen ausschließlich zulasten des Auftraggebers.
- (5) Wurden Text oder Gestaltung eines Sponsorenhinweises aus den in § 2 Abs. 4 genannten Gründen beanstandet und dementsprechend zurückgewiesen, hat der Vertragspartner nach rechtlicher und sendetechnischer Abstimmung mit der WDRmg rechtzeitig für die Lieferung eines einwandfreien Sponsorenhinweises Sorge zu tragen. Liefert der Vertragspartner nicht rechtzeitig (bis spätestens drei Werktage vor Ausstrahlungsbeginn) einen einwandfreien Sponsorenhinweis, bleibt die Zahlungspflicht trotz Nichtausstrahlung des Sponsorenhinweises bestehen.
- (6) Der Vertragspartner garantiert, dass er der WDRmg nur solche Sendeunterlagen (insbesondere Bild- und Tonträger) übersendet, für die er sämtliche zur Verwertung im WDR Radio/Radio erforderlichen Urheber- und Leistungsschutzrechte erworben und abgegolten hat, auch soweit für die Herstellung der Sendeunterlagen Industrietonträger (Industrieschallplatten und - bänder) verwendet worden sind. Spätestens bei Übersendung der Sendeunterlagen hat der Vertragspartner ausdrücklich zu erklären, ob bei der Herstellung von Sendeunterlagen Industrietonträger verwendet worden sind. In diesem Fall verpflichtet sich der Vertragspartner, neben den vorstehend genannten Daten den Namen des Labels, den Labelcode, den Titel des Tonträgers sowie die Tonträgernummer aufzuführen. Wird eine diesbezügliche Erklärung nicht eingereicht, versichert der Auftraggeber damit, dass bei der

Herstellung der Sendeunterlagen keine Industrietonträger verwendet worden sind. Der Vertragspartner überträgt der WDRmg das Nutzungsrecht an den überlassenen Sendeunterlagen und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Vertrages erforderlichen Umfang. Das Nutzungsrecht wird in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des WDR Radios/Radios. Ausgenommen von der Rechteeinräumung sind die Musikwerke des GEMA-Repertoires, die von der WDRmg oder dem WDR durch ihren Vertrag mit der GEMA erworben und abgegolten werden. Der Vertragspartner ist verpflichtet, der WDRmg die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben, insbesondere Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, zusammen mit den Sendeunterlagen mitzuteilen. Werden die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben nicht eingereicht, versichert damit der Vertragspartner, dass bei der Herstellung der Sendeunterlagen keine GEMA-pflichtige Musik verwendet worden ist. Die WDRmg ist nicht dazu verpflichtet, die Rechtmäßigkeit der Nutzung zu überprüfen.

- (7) Soweit die Senderechte an der im Spot/Trailer enthaltenen Musik einzelfallbezogen nicht durch die GEMA wahrgenommen werden, sind diese durch den Auftraggeber zu erwerben.

§ 3 Zurückweisung des Sendematerials / Ablehnungsvorbehalt

- (1) Die WDRmg behält sich vor, die Ausstrahlung des Sponsorenhinweises aus technischen, rechtlichen oder redaktionellen Gründen, insbesondere wenn der Inhalt gegen sittliche bzw. rechtliche Bestimmungen oder gegen die Interessen der WDRmg oder des WDR verstößt, abzulehnen, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers abgeleitet werden kann.
- (2) Der Auftraggeber wird unverzüglich unter Angabe von Gründen benachrichtigt, wenn die Sendematerialien technisch nicht verwendbar sind oder aus anderen Gründen nicht (mehr) ausgestrahlt werden.
- (3) Sollte aufgrund einer Beanstandung oder durch gerichtliche Entscheidung der Sponsorenhinweis nicht zur Ausstrahlung gelangen, entfällt für den Vertragspartner die Verpflichtung zur Zahlung der anteiligen Kostenbeteiligung.

§ 4 Zahlungsmodalitäten/Sendebestätigung

- (1) Die WDRmg übermittelt dem Auftraggeber nach Ablauf des jeweiligen Sendemonats eine Sendebestätigung, aus der sich die tatsächliche Anzahl der gesendeten Sponsorenhinweise ergibt.
- (2) Die Rechnungsstellung durch die WDRmg erfolgt monatlich auf Grundlage der jeweiligen Sendebestätigung.
- (3) Bei nicht fristgerechter Zahlung ist die WDRmg berechtigt, die Ausstrahlung des Sponsorenhinweises zu unterlassen oder gänzlich vom Auftrag zurückzutreten, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers abgeleitet werden kann. Die WDRmg berechnet daneben Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe. Maßgeblich für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Geldeingang auf dem in der Rechnung angegebenen Konto.
- (4) Sollten eine oder mehrere gesponserte Sendungen gleich aus welchem Grunde ausfallen, entfällt für den Vertragspartner die Verpflichtung zur Zahlung der diese Sendungen

betreffenden anteiligen Kostenbeteiligungen. In solchen Fällen ist der WDR nicht zur Ausstrahlung des Sponsorenhinweises verpflichtet. Ansprüche gleich welcher Art und welcher Höhe können gegen WDR und/oder WDRmg nicht geltend gemacht werden

- (5) Der Auftraggeber kann die Aufrechnung mit Gegenforderungen nur erklären, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen handelt. Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten durch den Auftraggeber ist ausgeschlossen, sofern die Gegenansprüche aus einem anderen Vertragsverhältnis resultieren.
- (6) Die WDRmg behält sich Vorkasse vor. Für erstmalige Vertragspartner sowie Vertragspartner mit Sitz im Ausland gilt Vorkasse. Die Zahlung bei Vorkasse muss spätestens drei Werktage vor dem ersten Ausstrahlungstermin der in Rechnung gestellten Leistung eingegangen sein.
- (7) Die WDRmg gewährt auf die von einer Agentur erteilten Aufträge eine Agenturprovision in Höhe von 15 % auf die Nettorechnungsbeträge (nach Abzug etwaiger Rabatte vor Skonto), sofern sie ihre Auftraggeber werblich beraten und entsprechende Dienstleistungen nachweisen können.

§ 5 Nutzungsrechte

Der Auftraggeber überträgt der WDRmg das Recht - und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem Umfang, der für die Durchführung des Auftrags erforderlich ist - den übergebenen Sponsorenhinweis durch Rundfunk jeder Art zu senden und/oder senden zu lassen. Dieses Recht umfasst die Verbreitung von Rundfunkprogrammen, einschließlich Live-Streaming, in jeder technischen Art und Weise (einschließlich „IP-TV“), insbesondere terrestrisch, via Kabel, sowie durch Satellitenausstrahlung. Davon umfasst ist auch das Recht, das Nutzungsrecht dem Sender bzw. den zur Sendeabwicklung beauftragten Dritten einzuräumen.

§ 6 Gewährleistung

Bei einer Schlecht- bzw. Minderleistung des Auftragnehmers beschränken sich für den Fall, dass der Auftragnehmer dies nicht zu vertreten hat, die Gewährleistungsrechte des Auftraggebers nach dessen Wahl auf Ersatzausstrahlung zu einem vergleichbaren Termin oder Minderung des Preises entsprechend dem Umfang der Schlecht- bzw. Minderleistung. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Eine Minderleistung liegt z.B. vor, wenn mehr als 10% der technischen Reichweite, die für die IVW-Prüfung dokumentiert wurde, nicht erreicht wurde, oder wenn eine Ausstrahlung in verminderter Qualität erfolgte. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers verjähren nach zwölf (12) Monaten.

§ 7 Höhere Gewalt

Im Falle höherer Gewalt kann jeder Vertragspartner mit sofortiger Wirkung vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, dass die WDRmg ihre Leistung bereits erbracht hat. Zur höheren Gewalt gehören insbesondere Naturkatastrophen, Feuer, Stromausfall, Sturmschäden, Streik, Aussperrung, Schäden durch Bauarbeiten und ähnliche Ereignisse, die die Vertragsparteien nicht zu vertreten haben.

§ 8 Haftung

- (1) Der Auftragnehmer haftet unbeschränkt soweit ihm, seinen gesetzlichen Vertretern oder Erfüllungsgehilfen Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt.
- (2) Für einfache Fahrlässigkeit haftet der Auftragnehmer – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern wesentliche Vertragspflichten verletzt werden. Die Haftung ist begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden. Die Haftung für mittelbare und unvorhersehbare Schäden, Produktions- und Nutzungsausfall, entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen und Vermögensschäden wegen Ansprüchen Dritter, ist im Falle einfacher Fahrlässigkeit – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – ausgeschlossen.
- (3) Eine weitergehende Haftung ist – ohne Rücksicht auf die Rechtsnatur des geltend gemachten Anspruchs – ausgeschlossen. Vorstehende Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten jedoch nicht für eine gesetzlich zwingend vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung oder die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.
- (4) Soweit die Haftung nach Ziffern 2 und 3 ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen des Auftragnehmers.
- (5) Verletzt der Auftraggeber, der Sponsor oder deren Erfüllungsgehilfe eine Vertragspflicht, so hat der die WDRmg und den WDR von Ansprüchen Dritter freizustellen. Dies gilt auch für die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung.

§ 9 Geheimhaltung

- (1) Die Parteien verpflichten sich, alle Informationen und Daten, die sie vom jeweils anderen Vertragspartner im Zusammenhang mit der Durchführung dieses Vertrages erhalten, vertraulich zu behandeln und Dritten nicht zugänglich zu machen. Diese Verpflichtung gilt auch nach Beendigung des Vertrages.
- (2) Veröffentlichungen aller Art, die im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit stehen, sind generell nur mit vorheriger Zustimmung der anderen Partei erlaubt. Die WDRmg ist jedoch berechtigt, den Namen des Auftraggebers, dessen Marke und Logo sowie Informationen über den Auftrag unter Beachtung der oben genannten Geheimhaltungspflichten zu Referenzzwecken zu verwenden.

§ 10 Schlussbestimmungen

- (1) Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, lässt dies die Wirksamkeit im Übrigen unberührt. Die unwirksame Bestimmung ist einvernehmlich durch eine solche zu ersetzen, die unter Berücksichtigung der Interessenlagen den gewünschten wirtschaftlichen Zweck am besten zu erreichen geeignet ist.
- (2) Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Köln. Es gilt deutsches Recht.

Anlage 1

Auszug aus dem Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien - Rundfunkstaatsvertrag (RStV) - vom 31. August 1991, in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zweiundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. Mai 2019

§ 2 Abs. 2 Nr. 9

Sponsoring (ist) jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunktätigkeiten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern,

§ 8 Sponsoring

(1) Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.

(2) Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.

(3) Gesponserte Sendungen dürfen nicht zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, vor allem durch entsprechende besondere Hinweise, anregen.

(4) Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

(5) Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

(6) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.

(7) Die Absätze 1 bis 6 gelten auch für Teleshoppingkanäle.

(8) § 7 Abs. 1, 3 und Abs. 8 bis 10 gelten entsprechend.

Anlage 2

Auszug aus den ARD-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfe in der Fassung vom 12.03.2010

12. Sponsoring von Sendungen

- 12.1 Sponsoring ist jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunkaktivitäten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern.
- 12.2 Durch Sponsoring dürfen die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrages und die Unabhängigkeit der Programmgestaltung nicht beeinträchtigt werden.
- 12.3 Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn und/oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden. Es gelten die Bestimmungen zum Verbot von Schleichwerbung. Im Übrigen gilt Ziffer
- 12.4 In Programtrailern für gesponserte Sendungen darf auf den Sponsor nicht hingewiesen werden.
- 12.5 Es ist auszuschließen, dass der Sponsor in Bezug auf den Inhalt oder die Platzierung der gesponserten Sendung Vorgaben macht oder hierauf in anderer Weise Einfluss nimmt.
- 12.6 Die gesponserte Sendung darf nicht durch entsprechende besondere Hinweise oder Darstellungen zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors anreizen.
- 12.7 Die Unterbrechung gesponserter Sendungen durch Werbung ist nach Maßgabe der Bestimmungen über die Einfügung von Werbung zulässig.
- 12.8 Politische, weltanschauliche oder religiöse Vereinigungen dürfen Sendungen nicht sponsern. Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.
- 12.9 Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- 12.10 Nachrichtensendungen oder Sendungen zur politischen Information (z.B. politische Magazine) dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos untersagt.
- 12.11 Die Entgegennahme finanzieller Zuwendungen oder sonstiger geldwerter Vorteile als Gegenleistung für die über das nach Maßgabe der Ziffer 12.3 Zulässige hinausgehende Gestaltung oder Platzierung von Sponsorenhinweisen ist untersagt.

12.12 Das Sponsern von Sendungen in Gemeinschaftsprogrammen bedarf der Einwilligung der Fernsehprogrammkonferenz. Sie kann für bestimmte Sendungen auch allgemein erteilt werden.

13. Übertragung gesponserter Ereignisse

13.1 Bei der Übertragung eines Ereignisses oder bei der Berichterstattung über ein Ereignis, das von einem oder mehreren Sponsoren veranstaltet oder gefördert wird, darf die Unabhängigkeit der Programmgestaltung nicht eingeschränkt werden.

13.2 Es ist darauf hinzuwirken, dass der Programminhalt nicht mit dem Sponsor des Ereignisses identifiziert werden kann und Hinweise auf den Sponsor das von den Rundfunkanstalten nicht zu vermeidende Maß an Werbung nicht überschreiten. Der Sponsor des Ereignisses wird nicht im Vor- und Abspann genannt. Die Vorschriften über das Sponsoring von Sendungen nach Ziffer 12 bleiben unberührt.

14. Gesponserte Sendungen ausländischer Rundfunkveranstalter

Für Übernahmen gesponserter Sendungen ausländischer Rundfunkveranstalter gelten Ziffer 12 und Ziffer 13 entsprechend.