

AGB N-TV

1. Zuständigkeit Vertragspartner

Die RTL AdAlliance ist exklusiv für die Vermarktung der Werbezeiten des Fernsehprogramms n-tv Werbefenster Österreich zuständig. Der Vertrag über die Ausführung des vom Kunden erteilten Sendeauftrags wird im Namen und für Rechnung der n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH (nachfolgend „der Sender“) abgeschlossen. Die in diesen Bedingungen RTL AdAlliance zugewiesenen Aufgaben und Rechte werden im Namen und für Rechnung des Senders ausgeführt und wahrgenommen.

2. Vertragsabschluss

Angebote von RTL AdAlliance sind in jedem Fall freibleibend. Der Vertrag kommt durch schriftliche Bestätigung des Sendeauftrags durch RTL AdAlliance oder durch Ausstrahlung der Werbesendung in n-tv (was immer zeitlich vorhergeht) zustande. Mündliche oder telefonische Bestätigungen können eine schriftliche Bestätigung nicht ersetzen. Konkurrenzausschluss kann in keinem Fall wirksam vereinbart werden. Der Vertrag kommt mit der schriftlichen Bestätigung in dem in Auftrag gegebenen Umfang zustande, auch wenn die Platzierung der Werbesendung noch nicht festgelegt wurde. Die Platzierung wird im Einvernehmen mit dem Auftraggeber, ansonsten nach billigem Ermessen unter größtmöglicher Berücksichtigung der Interessen des Auftraggebers von RTL AdAlliance vorgenommen. Für sämtliche Sendeaufträge gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Geltung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Auftraggebers wird hiermit ausdrücklich ausgeschlossen. Die Bestimmungen zur Auftragsabwicklung sind Vertragsbestandteil.

3. Platzierung

Werbesendungen werden normalerweise in Werbeinseln platziert, und zwar entweder in „Scharnierinseln“, also in Werbeinseln, die zwischen zwei (redaktionellen) Sendungen liegen, oder in „Unterbrecherinseln“, das sind Werbeinseln, die eine (redaktionelle) Sendung unterbrechen. Bei Werbesendungen, für die die Platzierung in einem bestimmten besonderen programmlichen Umfeld, wie etwa einer besonderen Sportübertragung, zugesagt wurde, gelten ergänzend zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen die besonderen Bedingungen für die jeweilige Werbesendung.

Werbung, die für Jugendliche nicht geeignet ist oder die ein für Jugendliche nicht geeignetes Angebot bewirbt, kann unabhängig von etwa in der Buchung oder Auftragsbestätigung genannten Zeiten nur zwischen 2.00 Uhr und 5.00 Uhr platziert werden, ohne dass dem Auftraggeber daraus irgendwelche Ersatzansprüche erwachsen. Weitere Einschränkungen und das Zurückweisungsrecht nach Ziff. 6 bleiben daneben unberührt.

4. Aufträge von Agenturen

Aufträge von Werbeagenturen werden nur für namentlich genau bezeichnete Werbungtreibende angenommen. Vertragspartner ist dabei stets die Agentur, die auch für die Einbringlichkeit der Forderung haftet.

5. Rücktrittsmöglichkeit

Mit der Bestätigung gemäß Nr. 2 wird der Sendeauftrag als Festauftrag angenommen. Der Rücktritt von einem Auftrag oder von einem Teil desselben durch den Auftraggeber ist bis spätestens vier Wochen vor dem Sendetermin ohne Verrechnung einer Stornogebühr möglich.

Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) innerhalb der vier Wochen vor dem Sendetermin, sind vom Auftraggeber als Stornogebühr 10 % des Werbepreises (ohne Abzug von Rabatten, Agentur-Provision und Skonti = Auftragsbrutto) zuzüglich Umsatzsteuer in gesetzlich vorgeschriebener Höhe zu bezahlen.

6. Zurückweisung von Sendeaufträgen

Es besteht keine Verpflichtung von RTL AdAlliance oder des Senders, die Werbung vor Annahme des Sendeauftrags anzusehen und zu prüfen. Daher behält sich RTL AdAlliance auch bei rechtsverbindlich angenommenen Sendeaufträgen vor, die Werbung aus rechtlichen, sittlichen, technischen oder sonstigen aus Sicht von RTL AdAlliance bedeutsamen Gründen zurückzuweisen. In diesen Fällen hat der Auftraggeber

Anspruch auf Rückzahlung des Grundpreises gemäß Nr. 7. Die Geltendmachung weiterer Ansprüche wird ausdrücklich ausgeschlossen. Im Fall der Zurückweisung hat der Auftraggeber das Recht, über die Gründe hierfür schriftlich informiert zu werden. Wird die Werbesendung trotz der zunächst erklärten Zurückweisung ausgestrahlt, bleibt es auch bei der ursprünglichen Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers.

7. Grundpreis

Der Grundpreis ist die Vergütung für die Ausstrahlung der Werbesendung. Er enthält keine Produktionskosten oder sonstigen Kosten. Diese werden, soweit sie anfallen, gesondert berechnet und gehen in jedem Fall zu Lasten des Auftraggebers. Auf den Grundpreis entfallende Steuern und Abgaben (Umsatzsteuer, Werbeabgaben, etc.) sind zusätzlich vom Auftraggeber zu übernehmen.

8. Zeitraum der Abwicklung von Aufträgen

Aufträge werden innerhalb eines Jahres abgewickelt. Vertragsjahr ist das Kalenderjahr.

9. Medien-, wettbewerbs- und urheberrechtliche Verantwortung des Auftraggebers

Im Verhältnis zu RTL AdAlliance und dem Sender trägt der Auftraggeber allein die medienrechtliche, wettbewerbsrechtliche und sonstige Verantwortung für die Werbesendung. Der Auftraggeber bestätigt mit der Auftragserteilung, dass er alle für die im Rahmen dieses Auftrags beabsichtigte Verwendung erforderlichen Rechte, insbesondere im Bereich des Urheberrechts, an den von ihm beigestellten Tonträgern, Videobändern oder sonstigen Sendeunterlagen innehat. Der Auftraggeber stellt RTL AdAlliance und den Sender von allen wie auch immer gearteten Ansprüchen Dritter frei, insbesondere von medienrechtlichen, wettbewerbsrechtlichen, urheberrechtlichen und vertragsrechtlichen Ansprüchen, und wird RTL AdAlliance und den Sender schad- und klaglos halten.

10. Sendeunterlagen und Sendematerial

Der Auftraggeber verpflichtet sich, Sendeunterlagen und einwandfreies Sendematerial für die jeweiligen Sendungen rechtzeitig zur Verfügung zu stellen. Einzelheiten enthalten die Bestimmungen zur Auftragsabwicklung. Wenn Sendungen nicht oder falsch zur Ausstrahlung kommen, weil Unterlagen, Texte oder Sendekopien nicht rechtzeitig, mangelhaft oder falsch gekennzeichnet geliefert wurden, wird die vereinbarte Sendezeit in Rechnung gestellt. Dem Auftraggeber stehen keine Ersatzansprüche zu. Der Auftraggeber trägt die Kosten und die Gefahr bei der Übermittlung von Sendeunterlagen und Sendematerial. RTL AdAlliance und der Sender übernehmen keine Haftung für die beigestellten Unterlagen, außer bei vorsätzlicher Beschädigung.

11. Sendezeiten

Die vereinbarten Sendezeiten werden nach Möglichkeit eingehalten. Eine Verschiebung der Sendezeit innerhalb einer bestimmten, in der Preisliste angeführten Preisgruppe ist jedoch, soweit eine Verschiebung schriftlich nicht ausdrücklich ausgeschlossen wurde, möglich. Ersatzansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

12. Verschiebung von Werbesendungen

Die Werbesendung wird in der gebuchten Werbeinsel platziert. Die Werbeinseln sind zu Preisgruppen zusammengefasst. Bei einer geringfügigen zeitlichen Verlagerung einzelner Inseln, etwa aus programmlichen oder technischen Gründen, bleibt der Inselpreis der jeweiligen Preisgruppe bestehen. Eine Gewähr für die Ausstrahlung der Werbesendung in bestimmter Reihenfolge wird nicht übernommen. Ferner wird keine Gewähr dafür übernommen, dass neben den im Programmschema ausgewiesenen Werbeinseln keine weiteren Werbeinseln angeboten werden.

13. Programmänderungen

Fällt eine Werbesendung aus programmlichen oder technischen Gründen, wegen höherer Gewalt, Streik oder aufgrund gesetzlicher Bestimmungen etc. aus, so wird die Werbesendung (Werbeinsel) nach Möglichkeit entweder vorverlegt oder nachgeholt. Sofern es sich nicht um eine unerhebliche Verschiebung handelt, wird der Auftraggeber hiervon informiert, wenn dies zeitlich vernünftigerweise möglich ist. Unter den gleichen Voraussetzungen wird der Auftraggeber informiert, wenn die Werbesendung in ein anderes als das im Programmschema angegebene programmliche Umfeld eingebettet wird. Zu der hier beschriebenen Vorverlegung oder Nachholung einer Werbesendung ist RTL AdAlliance insbesondere im Fall kurzfristiger Änderungen des vorgesehenen Programmablaufs wegen aktueller Geschehnisse, Sportübertragungen oder ähnlich bedeutender Ereignisse berechtigt. Sofern der Auftraggeber der Verschiebung der Werbesendung bzw. der Einbettung der Werbesendung in ein anderes programmliches Umfeld nicht schriftlich widerspricht, gilt dies als Einverständnis des Auftraggebers mit der Verschiebung der Werbesendung bzw. der Einbettung der Werbesendung in ein anderes programmliches Umfeld. Im Fall, dass die Werbesendung weder vorverlegt noch nachgeholt werden kann oder im Fall, dass der Auftraggeber der vorgeschlagenen Vorverlegung, Nachholung oder Einbettung in ein anderes programmliches Umfeld widerspricht, hat der Auftraggeber Anspruch auf Rückzahlung des Grundpreises gemäß Nr. 7. Weitere Ansprüche des Auftraggebers sind ausgeschlossen.

14. Preise und Preisänderungen

Es gilt der nach der Preisliste jeweils gültige Tarif als vereinbart. Preisänderungen der Allgemeinen Preisliste sind jederzeit möglich. Es obliegt dem Auftraggeber, sich über den jeweils gültigen Tarif zu informieren. Für vereinbarte und bestätigte Sendeaufträge sind die Preisänderungen allerdings nur wirksam, wenn sie von RTL AdAlliance mindestens 14 Tage vor Ausstrahlung der Werbesendung auf der Homepage des Vermarkters angekündigt werden. Im Fall einer Preiserhöhung steht dem Auftraggeber ein Rücktrittsrecht zu. Das Rücktrittsrecht muss innerhalb von fünf Arbeitstagen nach der Veröffentlichung ausgeübt werden. Trotz Bekanntgabe des Rücktritts hat RTL AdAlliance das Recht, am Vertrag unter Zugrundelegung des ursprünglich vereinbarten Preises festzuhalten; dies ist dem Auftraggeber nach Zugang der Rücktrittserklärung unverzüglich mitzuteilen.

15. Zuschläge

A) Kurzspotzuschlag: Der Kurzspotzuschlag gilt für alle Spotelemente bis zu einer Länge von 14". Bei Tandemspots, deren Gesamtlänge incl. Allonge weniger als 15" beträgt, wird ebenfalls der Kurzspotzuschlag berechnet. Die Höhe des Zuschlags beträgt 15%

B) Platzierungszuschlag: Für eine fixe bzw. bestellte Platzierung (Erst-, Zweit-, Dritt-, Vorvorletzt-, Vorletzt-, und Letztplatziert) im Werbeblock wird ein Zuschlag von 30% auf den Bruttopreis gemäß der aktuellen Preisliste berechnet.

C) Verbundzuschlag: RTL AdAlliance behält sich vor, für Verbundwerbung, d. h. Werbesendungen, in denen Produkte, Marken oder Dienstleistungen mehrerer Firmen beworben werden, einen Preisaufschlag in Höhe von 20% für jede zusätzlich genannte Marke einzuheben. Ausgenommen davon sind Unternehmen, deren Kerngeschäft es ist, die im Spot beworbenen Produkte zu vertreiben bzw. zu listen (zB. Handelsunternehmen).

D) Handling Fee: Eine Handling-Fee kommt bei allen kurzfristigen Änderungen zum Tragen, welche innerhalb von 3 Werktagen vorgenommen werden und bei denen der bereits finalisierte Sendeablauf eines Sendetages sowohl von RTL AdAlliance als auch der Programmplanung in Deutschland manuell nachbearbeitet werden muss. Dies betrifft:

- Ladentausch
- Alle Kampagnenadaptionen innerhalb dieser 3 Werktage

Die Verrechnung der Handling-Fee wird wie folgt vorgenommen:

- Bei Ladentausch: Pro Ladentausch pauschal 150,-€ für alle mit diesem neuen Spot auszutauschenden Schaltungen
- Bei kurzfristiger Kampagnenadaption: pauschal 150,-€ für die zu verändernde Kampagne,- d.h. für alle in diesen 3 Tagen zu verändernden Schaltungen

Ausgenommen: Höhere Gewalt und richterliche Verfügung

16. Sponsoring und Special Ads

Für klassische Fernsehwerbung gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der von RTL AdAlliance zu vermarkteten Sender. Für Special Ads gelten zusätzlich und vorrangig die nachfolgenden Bestimmungen.

A) TV-Sponsoring: Sollte die Anzahl der Ausstrahlungen geringer sein als im Angebot aufgeführt, werden nur die tatsächlichen Ausstrahlungen berechnet. D.h. der Gesamtpreis reduziert sich also anteilig. Sollten mehr Ausstrahlungen möglich sein als vereinbart, erfolgt eine entsprechende Mitteilung/Angebotsanpassung und die zusätzlichen Ausstrahlungen können auf Basis ihrer Tarif- bzw. Preisgruppe zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses entsprechend nachgebucht werden. Im Falle einer Sendeplatzverschiebung der gesponserten Sendung erfolgt ein neues Angebot.

Bei der Produktion der Sponsoring-Elemente durch den Auftraggeber wird vorab eine rechtliche Prüfung durch RTL AdAlliance vorgenommen. Dies kann durch Vorlage eines Storyboards mindestens 10 Wochen vor Ausstrahlung erfolgen. Im Falle eines rechtlichen Einwandes durch den Sender/RTL AdAlliance wird der Auftraggeber die notwendigen Änderungen vornehmen und rechtzeitig dem Sender/RTL AdAlliance eine Version zur Verfügung stellen, die nach den Vorgaben von Sender/RTL AdAlliance ausgestrahlt werden darf. Sender und RTL AdAlliance übernehmen keine Haftung. Die Sponsoring-Elemente müssen mindestens 3 Werktage vor Ausstrahlung in der endgültigen Version bei RTL AdAlliance vorliegen.

RTL AdAlliance behält sich das Recht vor, das Programmsponsoring für die Sendung unter Berücksichtigung des Konkurrenzausschlusses an einen weiteren Kunden zu vergeben. Der Konkurrenzausschluss bezieht sich ausschließlich auf das Sponsoring. Der Auftraggeber muss verbindlich angeben, welches Produkt das Sendungs-Sponsoring übernimmt. Bei nachträglicher Produktangabe oder -auswechslung kann RTL AdAlliance die Einhaltung eines vereinbarten Konkurrenzausschlusses nicht garantieren.

Sponsoring: Rücktrittsrecht/Stornokosten

- 12 Wochen vor Ausstrahlung: 10% vom Tarif-Brutto
- 8 Wochen vor Ausstrahlung: 50% vom Tarif-Brutto
- 4 Wochen vor Ausstrahlung: 100% vom Tarif-Brutto

B) Exclusive Position und Special Creation: Das Angebot der RTL AdAlliance ist freibleibend. Ein im Splitscreen einzusetzender Spot muss mindestens 3 Tage vor Ausstrahlung bei RTL AdAlliance vorliegen. Die Realisierung von Exklusivspots ist von der Verfügbarkeit des Werbepotentials abhängig. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst. Im Falle einer Abweichung zwischen der tatsächlichen Anzahl der Ausstrahlungen gegenüber dem Angebot werden die Preise entsprechend angepasst. RTL AdAlliance behält sich die Vermarktung weiterer Exclusive Positions und Special Creations innerhalb des Formates vor.

C) Produktionskosten: Produktionskosten werden separat in Rechnung gestellt. Die Produktionskosten können nicht auf bestehende Vereinbarungen angerechnet werden, - d.h. sie sind nicht volumensbildend und es können daher auch keine Abzüge wie Agenturprovision, Rabatte und Skonto geltend gemacht werden.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

17. Haftung

Eine Haftung von RTL AdAlliance oder des Senders sowie ihrer Vertreter oder Erfüllungsgehilfen auf Schadenersatz, insbesondere wegen Verzug, Nichterfüllung, Schlechterfüllung oder unerlaubter Handlung – auch im Zusammenhang mit Gewährleistungsverpflichtungen –, besteht nur bei Verletzung von wesentlichen Pflichten. Dies sind Pflichten, auf deren Erfüllung der Auftraggeber in besonderem Maße vertrauen darf. Der vorgenannte Ausschluss gilt nicht für Fälle des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit oder für eine Haftung wegen zugesicherter Eigenschaften. Soweit wesentliche Pflichten in dem vorgenannten Sinn leicht fahrlässig verletzt werden, haften weder RTL AdAlliance noch der Sender. Gegenüber Unternehmern ist in jedem Fall die Haftung für grobe Fahrlässigkeit, bei Erfüllungsgehilfen, die nicht gesetzliche Vertreter oder leitende Angestellte sind, auch für Vorsatz auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren und vom Auftraggeber nicht beherrschbaren Schaden begrenzt.

18. Datenschutz

Damit RTL AdAlliance ihre vielfältigen Dienste und Dienstleistungen kundenorientiert und sachgemäß anbieten und erbringen kann, werden die den jeweiligen Auftraggeber betreffenden Auftragsdaten von RTL AdAlliance teilweise automationsunterstützt erhoben, gespeichert oder in anderer Weise verarbeitet. Der Auftraggeber erklärt hiermit ausdrücklich seine jederzeit widerrufliche Zustimmung, dass RTL AdAlliance alle ihn betreffenden Auftragsdaten an die Media Focus Research GmbH oder andere mit diesem Aufgabengebiet betrauten Institute übermittelt, welche diese dort zu Zwecken der Werbebeobachtung (Statistik) weiterverwenden. Weiters erhalten mit der Erhebung der TV-Seherzahlen in Österreich beauftragte Institute, wie derzeit GfK Austria (Teletest), die hierfür erforderlichen Daten von RTL AdAlliance.

19. Sonstiges

Änderungen oder Ergänzungen zum Vertrag einschließlich Nebenabreden und einschließlich Änderungen dieser Klausel bedürfen der Schriftform. Für sämtliche diesem Vertrag entspringende Rechtsbeziehungen zwischen dem Auftraggeber und RTL AdAlliance gilt österreichisches Recht mit Ausnahme der Verweisungsnormen in ausländisches Recht und der Bestimmungen des UN-Kaufrechtes. Dies bezieht sich auch auf Gültigkeit und Auslegung des Vertrags. Ausschließlicher Gerichtsstand ist Wien. Der Auftraggeber kann jedoch auch vor jedem anderen für ihn zuständigen Gericht verklagt werden.

Bestimmungen zur Auftragsabwicklung

1. Sender

Die Ausstrahlung von Werbesendungen gemäß der dem Auftrag zugrunde gelegten Preisliste erfolgt im Rahmen des deutschsprachigen Fernsehprogramms „n-tv“ in dem dieser Preisliste zugrunde gelegten Sendegebiet.

2. Preis

Die Preise sind auf einer gesonderten Preisliste mit Staffelung für zwei Normlängen festgelegt. Spots, die diese Normlängen überschreiten, werden nach der effektiven Länge berechnet. Mehrwertsteuer und Werbeabgabe sind in diesen Preisen nicht enthalten; sie werden, sofern sie anfallen, zusätzlich und gesondert in Rechnung gestellt.

3. Rabatte

Die in der gültigen Preisliste aufgeführten Rabatte werden auf die Gesamtrechnungssumme gewährt. Basis der Berechnung ist die Auftragssumme für ausgestrahlte Werbesendungen innerhalb eines Kalenderjahres; Rabattangaben im Rahmen der Auftragsabwicklung auf maschinell erstellten Belegen sind daher nur als vorläufig zu betrachten. Konzernrabatte bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der gesonderten schriftlichen Bestätigung. Für die Gewährung von Konzernrabatten gilt der Konzernstatus des Kunden zum 1. Jänner des Kalenderjahres. Für den Nachweis der Konzernzugehörigkeit, die bei einer Kapitalbeteiligung von über 50 % anerkannt wird, genügt die Bestätigung durch einen Wirtschaftsprüfer.

4. Agenturvergütung

Für alle Werbeverträge wird eine Agenturvergütung von 15% auf das Rechnungsnetto vergütet, d. h. auf die Rechnungssumme ohne Mehrwertsteuer und allfällige Werbeabgaben, nach Abzug von Rabatten, aber vor Skonto. Bei Veränderung eines Rabatts durch Zubuchung oder Storno wird die Agenturvergütung neu berechnet; der Ausgleich erfolgt durch Zahlung oder Vergütung.

5. Zahlungsbedingungen

A) Regelverfahren: Werbesendungen werden im Regelfall monatlich im voraus auf der Basis des bis dahin in Auftrag gegebenen Volumens in Rechnung gestellt. Diese Rechnungen sind spätestens drei Tage vor der ersten Ausstrahlung eines jeden Monats ohne Abzug zur Zahlung fällig. Bei Eingang der Zahlung innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum wird ein Skonto von 2% des Rechnungsbetrages gewährt, sofern der Zahlungseingang mindestens 3 Tage vor der ersten Ausstrahlung erfolgt.

B) Antragsverfahren: Auf Antrag des Kunden kann diesem nach freier Entscheidung von RTL AdAlliance – normalerweise nur bei mindestens sechs Monate andauernder, regelmäßiger Geschäftsbeziehung – Zahlung nach dem Antragsverfahren eingeräumt werden. Dabei werden die Werbesendungen monatlich im Ausstrahlungsmonat auf der Basis des bis dahin in Auftrag gegebenen Volumens in Rechnung gestellt. Diese Rechnungen sind spätestens bis zum 10. des auf den Ausstrahlungsmonat folgenden Monats zahlbar. Bei valutarischer Gutschrift der fälligen Beträge auf dem Konto der RTL AdAlliance am 10. des auf den Ausstrahlungsmonat folgenden Monats wird ein Skonto von 2% des Rechnungsbetrages gewährt.

C) Neuberechnung nach Ausstrahlung: Nach dem Ende des Ausstrahlungsmonats erfolgt bei Änderungen der Auftragsdaten eine Neuberechnung des Auftrags. Diese Rechnungen sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. 2% Skonto wird dabei auf den Gesamtbetrag der Neurechnung nur gewährt, wenn die ursprüngliche Rechnung für den entsprechenden Auftrag nach A oder B innerhalb der dort genannten Fristen mit Skonto bezahlt wurde. Sich aus geänderten Rabattsätzen ergebende Differenzen werden gesondert abgerechnet. Die betreffenden Rechnungen sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. 2% Skonto wird nur gewährt, wenn die letzte vorausgegangene Rechnung nach A oder B innerhalb der dort genannten Fristen mit Skonto bezahlt wurde. Alle anderen als die in A bis C genannten Rechnungen sind innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. Bei pünktlicher Zahlung werden 2% Skonto gewährt. Bei Gutschriften erfolgt der Ausgleich durch Verrechnung oder Zahlung, wobei in den Fällen, in denen eine mit der

Gutschrift stornierte Rechnung unter Abzug von Skonto bezahlt wurde, auch vom Gutschriftsbetrag ein entsprechender Abzug vorgenommen wird. Bankspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Schecks und Wechsel werden nur erfüllungshalber angenommen. Bei Zahlungsverzug ist der Sender berechtigt, die Durchführung des Auftrags zurückzustellen, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers entstehen kann. Der Auftraggeber haftet für den RTL AdAlliance und dem Sender entstehenden Verzugsschaden. Dazu gehören, wenn nicht ein höherer Schaden nachgewiesen wird, unternehmerische Verzugszinsen der gesetzlichen Höhe (Juli 2014: 9,08 %) oder niedrigerer Schaden nachgewiesen wird, Verzugszinsen in Höhe von 4 Prozentpunkten über dem jeweiligen Diskontsatz der Österreichischen Nationalbank oder jenes Zinssatzes, der im Rahmen der europäischen Währungsunion an dessen Stelle tritt. Die Zahlungen erfolgen grundsätzlich im Abbuchungsverfahren. Hiervon abweichende Zahlungsarten bedürfen einer gesonderten schriftlichen Vereinbarung.

6. Sendeunterlagen und Sendematerial

Für die Empfangsqualität übernimmt n-tv Werbefenster Österreich keine wie immer geartete Haftung. Sendeunterlagen und einwandfreies Sendematerial (Motivpläne und Spots), die vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellen sind, müssen spätestens 4 Tage, vor Sendung, in digitaler Form bei RTL AdAlliance vorliegen. Bei verspäteter Anlieferung oder nachträglicher Änderung kann keine Gewähr für die ordnungsgemäße Ausstrahlung übernommen werden. Die technischen Spezifikationen finden Sie unter <https://www.rtl-adalliance.at/technische-spezifikationen>. Im Falle der Anlieferung anderer Formate (Digital Betacam sowie Betacam SP) werden pro Motiv € 100,-- berechnet. Gleichzeitig müssen die für die Abrechnung mit der einschlägigen Verwertungsgesellschaft notwendigen Angaben für Tonträger, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, schriftlich mitgeteilt werden. Die Kosten für die Herstellung der Sendebänder trägt der Kunde. Sendeunterlagen und Sendematerial, das RTL AdAlliance bzw. dem Sender zur Verfügung gestellt wurde, werden von RTL AdAlliance bzw. dem Sender verwahrt und nur auf Anforderung und auf seine Kosten wieder zugesandt. Für die Verwahrung des Sendematerials wird keine Haftung übernommen. Sollte ein Motiv für eine Werbesendung mehr als ein Jahr nicht mehr zum Einsatz kommen, sind RTL AdAlliance und der Sender berechtigt, hierfür überlassene Sendeunterlagen und das Sendematerial zu vernichten oder anderweitig zu verwerten (z.B. zum Überspielen), ohne hierfür dem Auftraggeber Entgelt entrichten zu müssen.