



NDR media

SPONSORING NDR MEDIA

AUF EINEN BLICK | AGB & SENDEUNTERLAGEN

Allgemeine Geschäftsbedingungen | II. Sponsoring

1. Auftragsannahme

1.1 NDR Media GmbH handelt im Namen, Auftrag und für Rechnung des Norddeutschen Rundfunks. Aufträge für Sponsoring im NDR Fernsehen und in den NDR Radioprogrammen werden durch die NDR Media GmbH angenommen und wirtschaftlich abgewickelt.

1.2 Der Vertrag über die Annahme eines erteilten Auftrages bedarf der Schriftform oder der elektronischen Bestätigung.

2. Richtlinien für Sponsoring

2.1 Nach Maßgabe von § 8 Rundfunkstaatsvertrag sowie Ziff. 12.3 der „ARD-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfen“ i.d.F. vom 12.03.2010 weist das Programm zu Beginn und/oder am Ende der Sendungen in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise auf den Sponsor hin.

2.2 Der Sponsorhinweis muss den gesetzlichen Vorgaben und den Regeln für die Praxis zur Gestaltung von Sponsorhinweisen, gemäß Ziff. 12 der „ARD-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfen“ i.d.F. vom 12.03.2010 entsprechen. Der Sponsor hält NDR Media GmbH und den NDR von allen Ansprüchen, einschließlich der Kosten einer eventuell notwendigen Rechtsverteidigung, die in diesem Zusammenhang geltend gemacht werden könnten, frei.

2.3 Der Sponsor produziert den Sponsorhinweis in eigener Verantwortung für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit. Der Sponsorpartner soll dabei gehört werden. Die Hinweise können auf Kosten des Sponsorpartners auch vom NDR produziert werden (insbesondere im Hörfunk). Die Sponsorhinweise sind rechtzeitig (vorweg als Storyboard) mit der NDR Media GmbH abzustimmen. Die Entscheidung über die konkrete Gestaltung des Sponsorhinweises bleibt beim NDR. Er steht unter dem Vorbehalt der rechtlichen wie sendetechnischen Abnahme durch den NDR. Redaktionelle Belange und programmliche Hoheit bleiben unberührt. Eine Einflussnahme auf Inhalte der Sendung ist gem. Ziff. 12.5 der „ARD-Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfen“ i.d.F. vom 12.03.2010 ausgeschlossen.

2.4. Der Sponsor liefert NDR Media GmbH den sendefähigen Sponsorhinweis spätestens 3 Werktage vor der Ausstrahlung per E-Mail Anhang an spotzugang@ndrmedia.de. Aus Sicherheitsgründen ist ein Download der Sponsorhinweise von einem Server ausgeschlossen.

2.5 Werden Text oder Gestaltung der Sponsorhinweise beanstandet, hat der Sponsorpartner dafür Sorge zu tragen, dass spätestens 3 Werktage vor Ausstrahlung ein nicht zu beanstandender Sponsorhinweis zur Verfügung steht.

3. Rechnung und Zahlung

3.1 Für die in laufender Geschäftsbeziehung stehenden Sponsorpartner mit Vorkasseregelung werden die Einschaltungen im Regelfall jeweils im Monat vor der Ausstrahlung berechnet. Die Rechnungen sind spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig.

3.2 Erstmalige Sponsorpartner zahlen vor Beginn der ersten Ausstrahlung des Sponsorhinweises. Der Zahlungseingang muss bis spätestens 3 Werktage vor der ersten Ausstrahlung erfolgen. In der Regel werden die Buchungen im Monat vor der Ausstrahlung berechnet. Die Rechnungen sind bei Wahrung der genannten Vorkasse spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug fällig.

3.3 Ist die Rechnung nicht termingerecht beglichen, so ist NDR Media GmbH berechtigt, die Ausführung des Auftrags bis zum Zahlungseingang zu unterlassen oder vom restlichen Auftrag zurückzutreten, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Sponsorpartners abgeleitet werden kann. Der Sponsorpartner haftet der NDR Media GmbH für den ggf. daraus entstandenen Schaden.

3.4 Werden Aufträge für Sponsoring von Werbeagenturen oder Werbemittlern erteilt, erhalten diese, sofern sie ihre Auftraggeber werblich beraten und entsprechende Dienstleistungen nachweisen können, eine Agenturermäßigung in Höhe von bis zu 15 % der um etwaige gewährte Rabatte gekürzten Bruttoeinschaltpreise (ausschließlich Umsatzsteuer). Weitere Ansprüche bestehen für Agenturen oder Werbemittler nicht.

3.5 Auf Umsätze in TV- oder Hörfunkwerbung kann das Sponsoring nicht angerechnet werden.

3.6 Der Sponsorpartner überweist den in Rechnung gestellten Betrag auf eines der Konten der NDR Media GmbH: Deutsche Bank AG Hamburg; IBAN: DE26 2007 0000 0070 0930 00, BIC: DEUTDE33HAN30; oder HypoVereinsbank Hamburg; IBAN: DE96 2003 0000 3065 63, BIC: HYVEDE33HAN30.

4. Gewährleistung

4.1 Wird der Sponsorhinweis nicht oder nicht vollständig ausgestrahlt, beschränken sich für den Fall, dass NDR Media GmbH bzw. der NDR dies zu vertreten hat, die Gewährleistungsansprüche auf die Einräumung eines Ersatztermins oder, sollte kein Ersatztermin möglich sein, die anteilige Minderung des Sponsorpreises. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

4.2 Veränderungen des Sendeplatzes aus aktuellen politischen oder anderen aktuellen Gründen sind möglich. Sie bedürfen nicht der Zustimmung des Sponsorpartners wenn die Abweichung des Sendeplatzes eine Stunde nicht überschreitet. Die Zustimmung des Sponsorpartners ist beschränkt auf die Entscheidung einer Verschiebung des Hinweises auf eine andere Folge der gesponserten Sendung oder den Verzicht auf den Hinweis bei der Sendung deren Sendeplatz verändert worden ist.

5. Rücktritt

5.1 Im Falle höherer Gewalt kann jede Vertragspartei mit sofortiger Wirkung vom Vertrag zurücktreten, bereits erbrachte Leistungen sind zurückzugewähren, es sei denn, dass die NDR Media GmbH/der NDR die Leistung bereits erbracht hat.

5.2 In anderen begründeten Fällen muss ein Rücktrittersuchen des Sponsorpartners spätestens 4 Wochen vor dem ersten Sendetermin der Termine, die laut Rücktrittersuchen storniert werden sollen, schriftlich bei NDR Media GmbH eingegangen sein. Bei Nichteinhaltung der Fristen kann NDR Media GmbH die Zustimmung zum Rücktritt verweigern, wenn ein Weiterverkauf der vertraglich vereinbarten Sendetermine an andere Auftraggeber nicht möglich ist. Alternativ können sich die Parteien auf eine Schadenspauschale einigen, die der nach Höhe dem Schaden entspricht, der durch den Rücktritt des Sponsorpartners entstanden ist.

6. Vertraulichkeit

6.1 Beide Parteien sind verpflichtet, vertrauliche und schutzwürdige Angelegenheiten der anderen Vertragspartei, die ihr aus oder im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit anvertraut oder bekannt werden, geheim zu halten und nicht für eigene oder fremde Zwecke, sondern nur zur rechtmäßigen Aufgabenerfüllung im Rahmen des Auftrags zu verwenden. Vertraulich sind alle Informationen oder Unterlagen einer Partei, die diese schriftlich als vertraulich gekennzeichnet hat oder deren vertraulicher Charakter sich eindeutig aus ihrer Natur ergibt, insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse.

6.2 Veröffentlichungen aller Art, die im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit stehen, sind generell nur mit vorheriger Zustimmung der anderen Partei erlaubt. Die NDR Media GmbH ist jedoch berechtigt, den Namen des Sponsorpartners, dessen Marke und Logo sowie Informationen über den Auftrag unter Beachtung der oben genannten Geheimhaltungspflichten zu Referenzzwecken zu verwenden.

7. Schlussbestimmungen

7.1 Nebenabreden werden nicht getroffen. Änderungen und Ergänzungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform; das gilt auch für die Aufhebung der Schriftformklausel.

7.2 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam oder undurchführbar sein, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Die unwirksame oder undurchführbare Bestimmung ist durch eine wirksame bzw. durchführbare Bestimmung zu ersetzen, die dem wirtschaftlich von den Vertragsparteien Gewollten möglichst nahe kommt. Entsprechendes gilt im Falle einer Vertragslücke.

7.3 Durch den Auftrag wird zwischen den Vertragsparteien kein Gesellschaftsverhältnis begründet.

8. Erfüllungsort, Gerichtsstand

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Hamburg.

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 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.

§ 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.

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 12.6.

12.4 In Programmtrailern 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 anregen.

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.

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.

Sponsoring | Sendeunterlagen

1. Technische Voraussetzungen von angelieferten TV-Produktionen

Die Produktion von Videomaterial ist in Full HD durchzuführen. Eine Transcodierung von SD-Material ist nicht zulässig.

- Produktionsformat Video: FullHD 1080/50i
- Produktionsformat Audio: PCM; 16 Bit; 48 kHz
 - 2 Tonspuren bei Stereo (Audio 1: Links; Audio 2: Rechts),
 - 8 Tonspuren bei Mehrkanal (Audio 1: Stereo Links; Audio 2: Stereo Rechts; Audio 3: Mehrkanal Links; Audio 4: Mehrkanal Rechts; Audio 5: Mehrkanal Center; Audio 6: Mehrkanal LFE; Audio 7: Mehrkanal Ls; Audio 8: Mehrkanal Rs)
- sendefähige Tonmischung nach EBU R128
- Dateiformat bei Anlieferung: MXF-Datei nach Bildungsvorschrift OP1a mit AVC-Intra 100 in 1080/50i (nach SMPTE 377M)

Sendebeiträge in Videodateien

- kein technischer Vorspann, kein Vorlauf, kein Nachlauf
- 10:00:00:00 Beginn des Sendebitrages
- Bitte den Sponsor Hinweis mit je 10 Frames Standbild vor und nach den 7 Sekunden versehen, um technische Schaltungen sauberer realisieren zu können
- aussagekräftige Dateibezeichnung (z. B.: Datum_Marke_Sponsoring_Intro.mxf)
- bei mehreren Beiträgen muss die Lieferung in einzelnen Dateien erfolgen
- jeder Videodatei ist eine entsprechende elektronische Medienbegleitkarte laut TPRF-Vorgaben (u. a. Angabe von Timecode und Bezeichnung der Produktion) anzufügen

2. Anlieferungsarten für Sendungen und Sendebiträge in HD

In Absprache mit Technik der NDR Media GmbH sind folgende Anlieferungsarten zulässig:

- per Upload an die Server des NDR/NDR Media
- der Link wird Ihnen von der Technik der NDR Media GmbH mitgeteilt und ist zeitlich begrenzt nutzbar

Ein Beispiel für eine Medienbegleitkarte findet sich unter <https://www.ndrmedia.de/leistungen/sponsoring/#tv-sponsoring>

3. Gestaltungskosten für Sendeunterlagen

Die Gestaltungskosten für Werbeeinschaltungen (Bild und Ton) gehen ausschließlich zu Lasten des Auftraggebers

Änderungen vorbehalten.




Sponsoring | Auftragsabwicklung TV

INFORMATIONEN




Die jeweiligen Sponsorhinweise werden als Opener und/oder Closer von jeweils max. 7 Sekunden Länge ausgestrahlt. Der Mindestbelegungszeitraum beträgt vier Wochen. Die Auftragsvergabe erfolgt unter Vorbehalt der Zustimmung des Programms. Redaktionelle Belange und programmliche Hoheit bleiben unberührt.

RECHTLICHE ABNAHME

In der Planungsphase für Ihr Sponsoring übernehmen wir für Sie die rechtliche und programmliche Koordinierung. Die Gestaltung der Sponsortrailer unterliegt den Erfordernissen des Rundfunkstaatsvertrags (§8), die wir im Einzelnen gerne mit Ihnen abstimmen. Für das Sponsoring im NDR Fernsehen beachten Sie bitte die folgenden zusätzlichen Hinweise:

-  Verwendung von gesondertem Werbematerial (keine Sequenzen aus Werbespots).
-  Verzehrszenen und Kaufaufforderungen sind nicht gestattet.
-  Slogans / Claims / Designations dürfen nur im Bild erscheinen, wenn sie nachweisbar integrierter grafischer Bestandteil eines Firmenemblems oder als Teil der darzustellenden Marke eingetragen oder zumindest angemeldet wurden.

SENDEUNTERLAGEN

-  File: MXF-Datei nach Bildungsvorschrift OP1a mit AVCIntra 100
-  Auflösung 1920 x 1080 (FullHD) 50 Halbbildern / Sekunde (50i)
-  Bildformat 16:9




Sponsoring | Auftragsabwicklung Hörfunk

INFORMATIONEN




Die jeweiligen Sponsorhinweise werden als Intro und/oder Outro von jeweils max. 7 Sekunden Länge ausgestrahlt. Der Mindestbelegungszeitraum beträgt vier Wochen. Die Auftragsvergabe erfolgt unter Vorbehalt der Zustimmung des Programms. Redaktionelle Belange und programmliche Hoheit bleiben unberührt.

RECHTLICHE ABNAHME

In der Planungsphase für Ihr Sponsoring übernehmen wir für Sie die rechtliche und programmliche Koordinierung. Die Gestaltung der Sponsortrailer unterliegt den Erfordernissen des Rundfunkstaatsvertrags (§8), die wir im Einzelnen gerne mit Ihnen abstimmen. Für das Sponsoring im NDR Hörfunk beachten Sie bitte die folgenden zusätzlichen Hinweise:

-  Verwendung von gesondertem Werbematerial (keine Sequenzen aus Werbespots).
-  Verzehrszenen und Kaufaufforderungen sind nicht gestattet.
-  Der akustische Transport von imageprägenden Slogans / Claims / Designations als typisches Stilmittel von klassischen Werbespots ist nicht möglich.

SENDEUNTERLAGEN

-  Fileformat: PCM (*.wav) 24 Bit Auflösung, 48 kHz
-  24 Bit Auflösung, 48 kHz Samplerate
-  Aussteuerung auf -1dB TruePeak