



## Buchungsmodalitäten Werbefilm 2009

### 1. Basispreise von Werbefilmen \*

Die in der Preisliste verzeichneten Einschaltpreise pro Filmtheater gelten als Basispreis pro Sekunde/Spielwoche (Preisindex 100).

Die Ganztagspreise beziehen sich auf alle regulären Vorstellungen des jeweiligen Theaters.

Die 18-Uhr-Preise beziehen sich auf alle regulären Vorstellungen des jeweiligen Theaters, die ab 18:00 Uhr beginnen.

Bei Belegung eines kompletten Kinocenters gelten die in der Preisliste verzeichneten günstigeren Centerpreise. Die Buchung kann nur für alle im jeweiligen Kinocenter enthaltenen Leinwände gleichzeitig innerhalb eines Auftrags erfolgen. Dies gilt auch für Schaltungen ab 18:00 Uhr.

Voraussetzung für die Belegung von Theatern der IVW-Staffeln 1 und 2 ist eine Belegung von mindestens 3 Wochen pro Kino hintereinander und ohne Motivwechsel.

### 2. Mindestlänge von Werbefilmen \*

Die Mindestlänge eines Werbefilms beträgt 30 Sekunden.

Ursprünglich disponierte Filmmlängen dürfen maximal bis zu 10 % abweichen.

Die Länge eines Werbefilms (24 Bilder/Sekunde) wird vom ersten Bild bis zum letzten Bild, bei Tonvorlauf vom ersten Ton, bei Tonnachlauf bis zum letzten Ton gemessen.

### 3. Mindestberechnung \*

1 Spielwoche (Donnerstag bis Mittwoch)

Die Mindestberechnung für den einwöchigen Werbefilmeinsatz beträgt 30 Sekunden.

Der effektive Einschaltpreis errechnet sich aus dem Basispreis, der Filmlänge und den nachfolgend genannten Auf- bzw. Abschlägen für die jeweiligen Spielwochen (Saisonalität):

Filmwoche	Basispreis	Filmwoche	Basispreis
1 – 5	- 10 %	37 – 41	+ 10 %
6 – 14	+/- 0 %	42 – 45	+ 25 %
15 – 23	+ 15 %	46 – 50	+ 30 %
24 – 32	- 25 %	51 – 52	+ 10 %
33 – 36	+/- 0 %		

Für Open-Air-Kinos kommt die saisonale Staffel nicht zum Tragen.

\* Wir behalten uns ausdrücklich eine Änderung der Mindest-Berechnungslänge und der Belegungsmöglichkeit im Einzelfall vor. Weiterhin sind wir berechtigt, im Rahmen ihres Vertriebssystems Rabatte an den Kunden zu gewähren.

### 4. Rabatte \*

Rabattierfähig sind alle Werbefilme mit einer Länge von mindestens 30 Sekunden.

Es gilt folgende Rabattstaffel:

ab 15.000 Punkten	= 5,0 %
ab 25.000 Punkten	= 7,5 %
ab 35.000 Punkten	= 10,0 %

Berechnung:  
Sekunden x Sekunden x Wochen / Leinwand

Bei Auftragsenerweiterung werden die niedrigeren Preise nur für den Verlängerungsauftrag berücksichtigt. Eine rückwirkende Rabattierung wird nicht gewährt.

Jahresübergreifende Einsätze werden zu den jeweils bei Auftragserteilung gültigen Rabattsätzen abgewickelt, jedoch gilt die Rabattregelung nur für die Einsätze innerhalb von 12 Monaten.

Bei Aufträgen bzw. Werbefilmeinsätzen mit mehreren Motiven unterschiedlicher Länge werden zur Rabattierung des Gesamtauftrags die jeweiligen Rabattpunkte pro Motiv ermittelt und addiert.

Gleiches gilt für Konzernrabattierungen.



## 5. Besuchergarantie

Sollte eine bestimmte Besucherleistung während eines Kampagnenzeitraums nicht erreicht werden, sind Freischaltungen bis zur Erreichung der kalkulierten Besucherleistung vorgesehen, die nach Abschluss der Kampagne und nach Verfügbarkeit der Termine möglichst zeitnah erfolgt.

Die Freischaltungen werden ausschließlich für den betreffenden Auftrag und für alle im Streuauftrag enthaltenen Kinos gleichermaßen gewährt (Ausnahme: Ausschlusskinos). Eine Vergütung in Geld ist ausgeschlossen. Die erforderlichen Daten zum Abgleich der Werbekampagnen werden nach den Soll- und Ist-Besuchern durch den FDW erhoben und mitgeteilt.

Voraussetzung für eine Besuchergarantie ist, dass der Auftrag einen Buchungszeitraum von mindestens 4 Wochen und ein Schalt-Budget von mindestens € 100.000,- Kunden-Netto beinhaltet. Wird dann das vom FDW festgelegte Garantieniveau bei einem Zeitraum von 4 - 7 Wochen um mehr als 20 % oder bei einem Zeitraum von 8 Wochen um mehr als 10 % unterschritten, ist der Ausgleich in Form von Freischaltungen fällig.

Garantiepflichtige Aufträge müssen als solche gekennzeichnet sein. Maximal gilt jeweils eine Anzahl von 3 Betrachtungszeiträumen im Kalenderjahr.

## 6. Tandem- / Tridem-Spots

Beide Werbeformen sind nur als Werbefilm und bei gleichzeitiger Belegung aller Säle eines Centers (Centerbuchung) buchbar. Für Werbefilmeinsätze mit Reminder gilt:

- Tandem-Spot:  
Mindestberechnungslänge 40 Sekunden
- Tridem-Spot:  
Mindestberechnungslänge 50 Sekunden

Längere Filme werden gemäß ihrer exakten Länge berechnet. Für die Rabattberechnung werden die einzelnen Filmmlängen addiert und die Rabattstaffel (siehe Punkt 4) kommt zur Anwendung.

Die Einhaltung der gewünschten Reihenfolge wird dem Theater vorgegeben, kann aber nicht garantiert werden.

## 7. Spielfilmbezogene Werbung

Bei spielfilmbezogener Werbung wird ein Aufschlag von 20 % auf die Vorführkosten berechnet.

Zusätzlich wird eine Handlingspauschale in Höhe von € 20,- pro Woche und Leinwand berechnet.

## 8. Presenter

Diese Werbeform ist nur als Werbefilm und bei gleichzeitiger Belegung aller Säle eines Centers buchbar. Für Presenter-Einsätze gilt:

Länge: 6 - 12 Sekunden, andere Längen auf Anfrage.

Presenterschaltungen sind nicht rabattfähig.

Kosten: 100 % Aufschlag auf den jeweiligen Zeitzonenpreis (Einzelsaal Ganztagspreis).

## 9. Sonderplatzierungen digital

Diese Werbeformen sind nur als Werbefilm und bei gleichzeitiger Belegung aller Säle eines Centers buchbar.

Garantiert letzter Spot im Werbeblock: Aufschlag von 50 % auf den Einschaltpreis.

Garantierte Platzierung unter den letzten drei Spots: Aufschlag von 25 % auf den Einschaltpreis.

Diese Sonderplatzierungen können nur auf Einzelanfrage in den Kinos mit dem System RoWo-Digital® gebucht werden.

Eine Sonderplatzierung ist nicht möglich für Tandem- und Tridem-Spots, sowie spielfilmbezogene Einsätze.



## 10. FSK-Freigabebescheinigung

Jeder Werbefilm muss von der „Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ (FSK) mit einer FSK-Freigabebescheinigung freigegeben werden unter Angabe der Altersfreigabe und der Einhaltung der Bild- und Tonnorm (Tonstandard, siehe Punkt 11).

Es ist darauf zu achten, dass die Freigabe „ohne Altersbeschränkung“ erfolgt, damit der Werbefilm zu allen Spielfilmen vorgeführt werden kann.

Werbefilme der Branchen Tabak und Alkohol werden grundsätzlich erst ab 18:00 Uhr vorgeführt. Zu Kinder- und Zeichentrickfilmen wird generell keine Tabakwerbung vorgeführt.

Bei Nichtvorführung von Werbefilmen aufgrund nicht vorliegender FSK-Bescheinigungen bzw. höherer Altersfreigabe als der des zum Werbeprogramm gezeigten Spielfilms können keine Gutschriften erteilt werden.

## 11. Werbefilm analog

Aufträge seitens unserer Auftraggeber müssen 4 Wochen vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen. Die Werbefilmkopien müssen mindestens 14 Tage vor Einschaltbeginn vorliegen.

Sollten diese Voraussetzungen von dem Auftraggeber nicht erfüllt werden, kann eine

ordnungsgemäße Durchführung des Auftrages von uns nicht gewährleistet werden. Eventuelle Ausfälle gehen zu Lasten des Auftraggebers.

Bei Nichteinhaltung dieser genannten Fristen werden zusätzlich entstehende Versand- und Bearbeitungskosten in Rechnung gestellt.

Für jeden Einsatz sollten ca. 10 % Reservekopien eingeplant werden.

Folgende Richtlinien sind zu beachten:

- 35-mm-Film mit Lichtton
- Bildformat 1 : 1,85 (Höhe : Breite)
- Werbefilme sind grundsätzlich im Format Dolby SR abzumischen. Sie können zur Qualitätssteigerung in Dolby Digital oder Dolby Digital Surround EX gemischt werden.
- Maximale Aussteuerung: Gemessen mit dem Dolby 737 Soundtrack Loudness Meter darf der angezeigte Durchschnittswert von Leq 82 nicht überschritten werden.

Die Verpflichtung zur Aufbewahrung von Werbemitteln endet drei Monate nach Ablauf der Vorführung.

## 12. Werbefilm digital

Wir behalten uns das Recht vor, die jeweiligen Werbefilme in digitalisierter Form in Datenbanken zu verwenden und/oder verwenden zu lassen. Dies gilt insbesondere für die Einspeisung, Abspeicherung und/oder Bereithaltung.

Ferner behalten wir uns das Recht vor, die Dateien zum Zwecke der akustischen/optischen Wahrnehmung, Vervielfältigung und/oder Verbreitung und/oder Verfügbarmachung entgeltlich oder unentgeltlich zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Hierzu gehört in diesem Zusammenhang das Recht, die jeweiligen Werbefilme und die daran bestehenden Rechte der Öffentlichkeit entsprechend dem Auftragsinhalt auf unkörperlichem Wege anzubieten und/oder anbieten zu lassen, verfügbar zu machen und/oder verfügbar machen zu lassen und zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Aufträge seitens unserer Auftraggeber müssen 10 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen.

Das digitale Ausgangsmaterial muss mindestens 2 Werkzeuge vor Einschaltbeginn vorliegen.

Für Bearbeitung und Transfer der Daten entstehen einmalige Kosten, unabhängig von



der Anzahl der gebuchten Säle (Preis auf Anfrage).



Bei analoger Anlieferung entstehen zusätzlich Digitalisierungskosten in Höhe von mindestens € 550,-. Exakte Preise können erst nach Prüfung des Ausgangsmaterials genannt werden.

Die exakten Produktionsrichtlinien können Sie dem RoWo-Digital® Produktionshandbuch entnehmen.

### 13. Neueröffnungen

Seit dem 1. Januar 1999 müssen neueröffnete Kinos 26 Wochen nach dem Eröffnungsdatum die effektiven Besucherzahlen des ersten halben Betriebsjahres durch FFA-Bestätigungen (Filmförderungsanstalt) nachweisen.

Danach erfolgt die Neueinstufung aufgrund der tatsächlichen Besucherzahlen. Diese neuen Preise werden ab der 40. Kinowoche nach Eröffnungsdatum berechnet. Sie gelten dann auch für bereits zuvor erteilte Einschaltaufträge.

Für die bereits disponierten Spielwochen vor der 40. Spielwoche ab Eröffnung erfolgen weder Nachberechnungen noch Gutschriften bzw. Preisänderungen.

## Erläuterungen zu dieser Preisliste

### Kinokategorien

AH	Arthouse-Kino
AU	Autokino
CP	Cityplex-Kino
FK	Filmkunst kino
IX	Imax-Kino
MX	Multiplex-Kino
N	Normalkino
PG	Programmkino

### Zusatzinformationen

Open-Air-Kinos sind in dieser Preisliste nicht verzeichnet. Informationen zu diesen Veranstaltungen werden in den laufenden Preislisten-Nachträgen veröffentlicht.

In den gelb hinterlegten Sälen erfolgt die Einschaltung von Werbefilmen ausschließlich auf digitalem Weg über unser System RoWo-Digital®.