



Buchungsmodalitäten Werbefilm 2010

(gültig ab 1. Spielwoche 2010)

Ab diesem Zeitpunkt verlieren alle bisherigen Geschäftsbedingungen und Preislisten ihre Gültigkeit.

I. Allgemeingültige Buchungsmodalitäten

1. Mindestlänge

Die Mindestlänge eines Werbefilms beträgt 30 Sekunden.

Ursprünglich disponierte Filmlängen 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.

2. 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.

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.

3. Konkurrenzausschluss

Ein Konkurrenzausschluss kann nicht gewährt werden.

4. Werbefilm analog

Aufträge müssen spätestens 14 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen. Die Werbefilmkopien müssen mindestens 14 Tage vor Einschaltbeginn in unserem Filmager 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 beim Buchungsmodell Einzelbesucherabrechnung (Cinema Reloaded) ca. 5 % Reservekopien eingeplant werden und beim Buchungsmodell IVW ca. 10 %.

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. Danach ist der Auftraggeber verpflichtet, uns unverzüglich mitzuteilen, wie mit den Kopien verfahren werden soll:

- kostenpflichtige Einlagerung
- kostenpflichtige Vernichtung
- kostenpflichtiger Rückversand



5. Werbefilm digital

Wir behalten und 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 müssen mindestens 10 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen.

Das digitale Ausgangsmaterial muss den Vorgaben unserer Produktionsrichtlinien entsprechen und mindestens 2 Werktage vor Einschaltbeginn vorliegen.

Für die Herstellung des digitalen Masters pro 30-Sekunden-Motiv entstehen einmalige Kosten in Höhe von € 250,-, unabhängig von der Anzahl der gebuchten Säle (abweichende Längen auf Anfrage).

Für Buchungen auf digitalen Leinwänden werden je Motiv und digitaler Leinwand € 7,00 Digital Processing Fee berechnet.

Bei analoger Anlieferung entstehen zusätzlich Digitalisierungskosten in Höhe von mindestens € 850,-. Exakte Preise können erst nach Prüfung des Ausgangsmaterials genannt werden.

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

6. Sonderwerbeformen

Digitale Sonderplatzierung

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 Werbung.

Tandem- / Tridem-Spot

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

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

3D Werbung

Die Einschaltung von 3-D-Werbefilmen ist nur in speziell dafür ausgestatteten Kinosälen filmbezogen möglich. Eine Liste 3-D-fähiger Kinosäle erhalten Sie auf Anfrage.

Kosten: 100 % Aufschlag auf den jeweiligen Zeitzonepreis (Einzelsaal Ganztagspreis) bzw. CpV.

Für die Herstellung des digitalen Masters pro 30-Sekunden-Motiv entstehen einmalige Kosten in Höhe von € 450,-, unabhängig von der Anzahl der gebuchten Säle (abweichende Längen auf Anfrage).

Für Buchungen auf digitalen Leinwänden werden je Motiv und digitaler Leinwand € 12,00 Digital Processing Fee berechnet.



Aufträge müssen mindestens 10 Tage vor Einschaltbeginn schriftlich vorliegen.

Das digitale Ausgangsmaterial muss den Vorgaben unseren Produktionsrichtlinien entsprechen und mindestens 4 Werktage vor Einschaltbeginn vorliegen.

Bei späterer Bekanntgabe/Anlieferung werden die zusätzlich entstehenden Versand- und Bearbeitungskosten berechnet, und es kann keine Gewähr für eine ordnungsgemäße und termingerechte Vorführung übernommen werden. Ausfälle gehen dann zu Lasten des Auftraggebers.

Presenter

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

Länge: max. 20 Sekunden, andere Längen auf Anfrage.

Presenterschaltungen sind nicht rabattfähig.

Kosten: 100 % Aufschlag auf den jeweiligen Zeitzonepreis (EinzelSaal Ganztagspreis) bzw. CpV.

II. Buchungsmodell Einzelbesucherabrechnung (Cinema Reloaded)

1. Auftragsgegenstand

Auftragsgegenstand ist die Erreichung der gebuchten Kontakte. Die Vorgabe einer bestimmten Wochenanzahl durch den Auftraggeber hat lediglich Orientierungsfunktion. Bei Erreichen der gebuchten Kontakte wird die Schaltung gestoppt.

Die erreichten Kontakte werden mit Hilfe von Nielsen EDI (Besucherzahl pro Film bzw. Center) ermittelt. Die ermittelten Kontaktdaten erfolgen auf Anfrage jeweils frühestens am Dienstag der auf die Einschaltwoche folgenden Woche. Dabei werden jeweils die Daten von mindestens drei Betreibern oder zehn Kinostandorten zusammengefasst.

2. Vorführung

Bei gebuchten Spielfilmen wird die Werbung in jeder regulären Vorstellung (der gebuchten Woche) eines Centers vorgeführt, in der der bzw. die gebuchte(n) Spielfilm(e) gezeigt wird/werden. Eine Buchung ist nur ganztags möglich.

Bei gebuchten Saal- bzw. Centerschaltungen wird die Werbung zu jeder regulären Vorstellung des jeweiligen Theaters in der gebuchten Woche vorgeführt.

3. Preise

Säle/Center: Die in der Liste genannten Preise gelten als Center-Sekunden-Basispreis je 1.000 Besucher (jeweils umrandet) und als Saal-Sekunden-Basispreis je 1.000 Besucher (pro FFA Saalnummer).

Filme: Die in der Liste genannten Preise gelten als Center-Sekunden-Basispreis je 1.000 Besucher für filmbezogene Buchungen.

Bei center- und saalbezogenen Buchungen errechnet sich der Abrechnungspreis pro Center und Woche aus den von Nielsen EDI ermittelten Gesamtbesuchern pro Center und Woche. Die Besucher pro Saal werden aus den von Nielsen EDI gemeldeten Gesamtbesuchern aller Filme pro Center mit Hilfe der prozentualen Verteilung gemäß IVW auf den jeweiligen Saal abgeleitet. (Beispiel: Center hat 30 IVW gesamt, Saal 1 hat 6 IVW, ergibt dies einen Anteil von 20 % an den Centerbesuchern).

Bei filmbezogenen Buchungen errechnen sich die Abrechnungspreise aus den gebuchten und erreichten Besucherkontakten, die der jeweilige Film erzielt hat.

Bei saal- und centerbezogenen Schaltungen von Werbefilmen in Vorstellungen, die ab 18:00 Uhr beginnen, reduziert sich die der Abrechnung zugrunde liegende Besucherzahl um 36%.

Filmbezogene Schaltungen von Werbefilmen in Vorstellungen, die ab 18:00 Uhr beginnen, sind nicht möglich.



4. Auftragsüberschreibungen

Auftragsüberschreibungen müssen die einheitlichen auf FFA-Basis erstellten Theaternummern und (bei filmbezogenen Buchungen) die EDI Filmnummern enthalten. Bei der Überschreibung für saal- oder centerbezogene Buchungen sind die von Nielsen EDI gelieferten und regelmäßig aktualisierten Besucherzahlen, wie sie vom FDW veröffentlicht werden, als Grundlage für das gebuchte Besuchersoll zu nutzen.

III. Buchungsmodell IVW

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-Stufen 1 und 2 ist eine Belegung von mindestens 3 Wochen pro Kino hintereinander ohne Motivwechsel.

2. Mindestberechnung *

Eine 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 – 4	- 10 %	33 – 36	+/- 0 %
5 – 14	+/- 0 %	37 – 41	+ 10 %
15 – 23	+ 10 %	42 – 50	+ 30 %
24 – 27	- 30 %	51 – 52	+ 5 %
28 – 32	- 10 %		

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 unseres Vertriebssystems Rabatte an den Kunden zu gewähren.

3. 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 / Saal

Bei Auftragserweiterung 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.



4. 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 Auftrag enthaltenen Kinos gleichermaßen gewährt (Ausnahme: Abschlusskinos). Eine Erstattung 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 Buchung mit Besuchergarantie ist, dass der Auftrag einen Betrachtungszeitraum von mindestens 4 Wochen und ein Schaltbudget von mindestens € 100.000,- Kunden-netto beinhaltet. Wird dann das vom FDW im Besucher-Live-Index festgelegte Garantieniveau bei einem Zeitraum von 4 - 7 Wochen um mehr als 20 % oder bei einem Zeitraum von 8 Wochen und mehr 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.

5. Spielfilmbezogene Werbung

Bei spielfilmbezogener Werbung wird ein Aufschlag von 30 % auf die Vorführkosten berechnet.

Zusätzlich wird eine Handlingspauschale in Höhe von € 30,- pro Woche und Leinwand berechnet.

6. 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 Einschalt-aufträge.

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

Erläuterungen zu dieser Preisliste

Kinokategorien

F	Familienkino
PG	Programmkino
FK	Filmkunstkino
MP	Multiplexkino
AU	Autokino
CP	Cityplexkino
1 \$	One-Dollar-Kino

Zusatzinformationen

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

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