

WDR

mediagroup

Qualität. Die Tarife.

Gültig ab 1. Januar 2010

10



- Radio
- TV
- Sponsoring
- Sonderwerbeformen

Katrin Schmick, WDR 2
Olli Briesch, 1LIVE
Stefan Verhasselt, WDR 4

WDR Radio: **1 LIVE**

WDR 2
Der Sender.

WDR

ARD TV

ARD TV-Sponsoring:

Das Erste® IM WESTEN

Das Erste®

WDR mediagroup GmbH

Ihr Radio- und TV-Beratungsteam

Anke Clärding, Verkaufsleiterin

Fon 0221 2035-281

E-Mail anke.claerding@wdr-mediagroup.com

Frank Becker, Verkaufsleiter

Fon 0221 2035-1963

E-Mail frank.becker@wdr-mediagroup.com

Auftrags- und Management-Service

Ursula Pipiale, Leiterin

Fax 0221 2035-294

Fon 0221 2035-145

E-Mail auftragsservice@wdr-mediagroup.com

Media Sales Service

Peter Klein, Leiter

Fon 0221 2035-217

E-Mail peter.klein@wdr-mediagroup.com

Marketing und Regionalvertrieb

Dirk Assenmacher, Leiter

Fon 0221 2035-1965

E-Mail dirk.assenmacher@wdr-mediagroup.com

TV-Sponsoring

Frank de Groot

Fon 0221 2035-2668

E-Mail frank.degroot@wdr-mediagroup.com

Sonderwerbeformen

Klaus Radek

Fon 0221 2035-198

E-Mail klaus.radek@wdr-mediagroup.com

Nationale Vermarktung

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH und AS&S Radio GmbH

Disposition, Büro Frankfurt

Matthias Deml, Leiter

Fax 069 15424-238

Fon 069 15424-7238

E-Mail dispo@ard-werbung.de



Michael Loeb

Geschäftsführer

Barbara Wiewer

Geschäftsleitung
Marketing und Strategie

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11
50667 Köln

info@wdr-mediagroup.com
www.wdr-mediagroup.com

Qualität. Die Tarife.

Sie haben die Tarifmappe 2010 vor sich, die alles, was Sie für Ihre erfolgreiche Werbung brauchen, beinhaltet. Geordnet nach Radiosendern, Werbepaketen, Sonderwerbeformen, Programm-Infos, TV- und Sponsoring-Angeboten.

Neben Schemata und Preisen, die in den professionellen Planungstools wie RadioXpert, GfK oder VuMA angewendet werden können, stehen vor allem die Umfeldler, in denen Ihre Werbung erscheint, im Mittelpunkt.

Öffentlich-Rechtliche haben einen Auftrag

Der Auftrag lautet Qualität. Dieser Auftrag ist auch der Anspruch, dem alle wdr Radiosender und das ARD TV-Programm gerecht werden: durch unabhängige Berichterstattung, hervorragend recherchierte Nachrichten, höchste journalistische Sorgfalt, intelligente Unterhaltung durch natürliche Moderation und viel erstklassiges Programm. Wenige Werbeunterbrechungen sorgen dafür, dass Ihr Spot die nötige Aufmerksamkeit erfährt.

Qualität. Ganz einfach.

Wenn Sie über Radio-Werbung nachdenken, ist für Sie der selbst-erklärende Web-Guide „Mein erster Radiospot“ interessant. Erleben können Sie ihn unter www.meinersterradiospot.de.

Statt Fotoshooting in Kapstadt. Investieren Sie in Kontakte.

Schon im Krisenjahr 2009 wurde verstärkt auf Radio-Werbung gesetzt. Dass dabei sicher Abverkaufsziele im Vordergrund standen, ist nachvollziehbar. Radio-Werbung bewirkt jedoch noch viel mehr.

Radio-Werbung:

- **erreicht viele Personen**
- **ist immer und überall dabei**
- **aktiviert zum Kauf**
- **lässt sich exakt steuern**
- **fördert das Image**
- **überzeugt im Vergleich**



Ein Platz für Qualität. Hier sind Sie gut aufgehoben.



1. Öffentlich-rechtliche Qualität

Gut recherchierte Informationen, verbrauchernaher Service, intelligente Unterhaltung, Live-Moderation von ausgebildeten Journalisten, hohe Glaubwürdigkeit – das ist die Kernkompetenz, die die Hörfunk-Angebote des WDR von den Wettbewerbern unterscheidbar macht.

Der WDR steht nicht nur für höchste journalistische Sorgfalt. Wer WDR einschaltet, wird stets mit einem Rundpaket Anspruch versorgt. Dabei bleiben die Inhalte immer verständlich und transparent, denn im Fokus steht nur einer: der Hörer. Die Gratwanderung zwischen Alltagsrelevanz und Mehrwert, Traditionspflege und Trendsetter ist nicht immer einfach. Der WDR stellt sich dieser Herausforderung – Tag für Tag.

2. Ihre Werbeumfelder

Ausschließlich 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 sind werbeführende Wellen (WDR 3, WDR 5 und Funkhaus Europa sind werbefrei). Werbung läuft hier zwischen 6 und 18 Uhr, montags bis samstags. Das Werbevolumen ist damit stark begrenzt. Die Ausstrahlung erfolgt landesweit für ganz NRW. Außerhalb des Werbeblocks findet keine Werbung statt. Somit konzentriert sich die Aufmerksamkeit des Hörers auf den Werbeblock, er wird nicht schon während des Programms „abgelenkt“.

Warum Sie gerade beim WDR Radio-Werbung buchen sollen? Weil die WDR Angebote für Seriosität, Glaubwürdigkeit und Attraktivität stehen. Diese positiven Attribute übertragen sich auch auf den Werbeblock und die beworbenen Produkte. Nutzen Sie diesen Imagetransfer für Ihr Produkt!

Alle in dieser Tarifmappe enthaltenen Fachbegriffe sind ausführlich in unserem Media-Lexikon unter www.wdr-mediagroup.com/media/index erläutert.

Qualität. Pur. 14 – 39.

1LIVE. Der Hinhörsender!

1LIVE unterhält, informiert, bewegt die junge Zielgruppe. Spannend, witzig und ohne ein Blatt vor den Mund zu nehmen. Insbesondere junge Menschen nutzen immer mehr und unterschiedliche Medien. 1LIVE meistert die Herausforderung, sie mit einer besonderen Ansprache zu erreichen. Wenn mit Humor – dann nicht mit „platten Witzen“, sondern anspruchsvoll.

So können und werden wichtige Themen dieser Zielgruppe vermittelt und regen diese zum Nachdenken an. 1LIVE gibt dabei keine Meinung vor, sondern bietet die Infos, die die Hörer dazu bringen, sich eine eigene zu bilden.

Es gibt tagesaktuelle Themenspecials, Services und viele Events live vor Ort in ganz NRW. Neben aktuellen Hits läuft innovative Musik aus Pop, Rock und Alternative.

Gerade mal ein Werbeblock pro Stunde sichert die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe. Außerdem können Sie sich auf einen guten Image-transfer, durch das glaubwürdige redaktionelle Umfeld, verlassen.



Basisinformationen

Wort-/Musikanteil	30/70
Musikformat	Topaktuelle Chart-Musik sowie innovativer Pop und Rock
Kernzielgruppe	14 – 39 Jahre
Sendegebiet	Nordrhein-Westfalen
Werbung	6 – 18 Uhr Einen Werbeblock zur vollen Stunde

Fazit

1LIVE bietet ein exklusives, aufmerksamkeitsstarkes Werbeumfeld. Die Devise ist: Programm pur! So gibt es kein Programm-Sponsoring und nur einen Werbeblock pro Stunde.



Lust auf mehr? Gehen Sie online!

Auf www.1live.de erfahren Sie alles über die Trendwelle und ihre Community. Wenn Sie zum ersten Mal Radio-Werbung schalten möchten, finden Sie unter www.meinersterradiospot.de einen Einsteiger-Guide. Auf www.wdr-mediagroup.com gibt es interessante Expertisen, Sender-Infos und Themenmagazine – einfach zum Download. Oder schreiben Sie eine E-Mail an info@wdr-mediagroup.com, und wir schicken Ihnen gerne genau die Informationen zu, die Sie brauchen.

Mo–Fr 6–12 Uhr

6.00	1LIVE mit Olli Briesch und dem Imhof im Wechsel mit 1LIVE mit Tobi Schäfer und dem Bursche
6.55	Werbung
7.00	1LIVE mit Olli Briesch und dem Imhof im Wechsel mit 1LIVE mit Tobi Schäfer und dem Bursche
7.55	Werbung
8.00	1LIVE mit Olli Briesch und dem Imhof im Wechsel mit 1LIVE mit Tobi Schäfer und dem Bursche
8.55	Werbung
9.00	1LIVE mit Olli Briesch und dem Imhof im Wechsel mit 1LIVE mit Tobi Schäfer und dem Bursche
9.55	Werbung
10.00	1LIVE mit Frau Heinrich im Wechsel mit 1LIVE die Backhaus und 1LIVE die Schorn-Show
10.55	Werbung
11.00	1LIVE mit Frau Heinrich im Wechsel mit 1LIVE die Backhaus und 1LIVE die Schorn-Show
11.55	Werbung

Mo–Fr 12–18 Uhr

12.00	1LIVE mit Frau Heinrich im Wechsel mit 1LIVE die Backhaus und 1LIVE die Schorn-Show
12.55	Werbung
13.00	1LIVE mit Frau Heinrich im Wechsel mit 1LIVE die Backhaus und 1LIVE die Schorn-Show
13.55	Werbung
14.00	1LIVE mit Dietz und Terhoeven im Wechsel mit 1LIVE mit Bella Lesnik und dem Pflug
14.55	Werbung
15.00	1LIVE mit Dietz und Terhoeven im Wechsel mit 1LIVE mit Bella Lesnik und dem Pflug
15.55	Werbung
16.00	1LIVE mit Dietz und Terhoeven im Wechsel mit 1LIVE mit Bella Lesnik und dem Pflug
16.55	Werbung
17.00	1LIVE mit Dietz und Terhoeven im Wechsel mit 1LIVE mit Bella Lesnik und dem Pflug
17.55	Werbung

Sa 6–12 Uhr

6.00	1LIVE Sebastian Filipowski
6.55	Werbung
7.00	1LIVE Sebastian Filipowski
7.55	Werbung
8.00	1LIVE Sebastian Filipowski
8.55	Werbung
9.00	1LIVE das Allerbeste am Samstag
9.55	Werbung
10.00	1LIVE das Allerbeste am Samstag
10.55	Werbung
11.00	1LIVE das Allerbeste am Samstag
11.55	Werbung

Sa 12–18 Uhr

12.00	1LIVE das Allerbeste am Samstag
12.55	Werbung
13.00	1LIVE das Allerbeste am Samstag
13.55	Werbung
14.00	1LIVE Jerry Gstöttner
14.55	Werbung
15.00	1LIVE Jerry Gstöttner
15.55	Werbung
16.00	1LIVE Jerry Gstöttner
16.55	Werbung
17.00	1LIVE Jerry Gstöttner
17.55	Werbung

Mehr Programm, mehr Persönlichkeit

1LIVE Infos gibt es morgens von 5 bis 10 Uhr jede halbe Stunde, ab 11 Uhr jede volle Stunde.

	Mo–Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo–Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6–7 Uhr	85,00	2.550,00	15,00	450,00	73,33	2.200,00
7–8 Uhr	139,00	4.170,00	37,00	1.110,00	122,00	3.660,00
8–9 Uhr	101,00	3.030,00	71,00	2.130,00	96,00	2.880,00
9–10 Uhr	76,00	2.280,00	76,00	2.280,00	76,00	2.280,00
10–11 Uhr	72,00	2.160,00	72,00	2.160,00	72,00	2.160,00
11–12 Uhr	69,00	2.070,00	63,00	1.890,00	68,00	2.040,00
12–13 Uhr	80,00	2.400,00	50,00	1.500,00	75,00	2.250,00
13–14 Uhr	71,00	2.130,00	36,00	1.080,00	65,17	1.955,00
14–15 Uhr	77,00	2.310,00	31,00	930,00	69,33	2.080,00
15–16 Uhr	70,00	2.100,00	23,00	690,00	62,17	1.865,00
16–17 Uhr	75,00	2.250,00	24,00	720,00	66,50	1.995,00
17–18 Uhr	54,00	1.620,00	16,00	480,00	47,67	1.430,00
Ø 6–18 Uhr	80,75	2.422,50	42,83	1.285,00	74,43	2.232,92

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

1LIVE ist Mitglied in folgenden Paket-Angeboten:

- WDR Best of
- WDR Best of 14 – 49
- AS&S Radio Deutschland-Kombi
- AS&S Radio Deutschland-Kombi Kompakt
- AS&S Radio Deutschland-Kombi Young & Online
- AS&S Radio West-Kombi

Die nationale Vermarktung erfolgt über die AS&S Radio GmbH.

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. Pur. 25 – 59.

WDR 2. Der Nachrichten- und Infosender!

Wer WDR 2 kennt, der weiß: Echter Journalismus und Glaubwürdigkeit sind das Markenzeichen des Senders. Sei es bei den großen Nachrichten aus aller Welt, für die 29 ARD Auslandskorrespondenten berichten. Oder bei einer der vielen regional produzierten Sendungen der Landesstudios in NRW. Die Berichterstattung bleibt stets präzise, die Sprache klar und verständlich. Pro Stunde gibt es maximal zwei Werbeblöcke, der Hörer bleibt also aufmerksam.

WDR 2 ist immer dort, wo der Hörer ist. Zum Beispiel mit der „WDR 2 Hausparty“ oder „WDR 2 für eine Stadt“. Als Verkehrssender Nr. 1 in NRW informiert der Sender rund um die Uhr. Viele Services, wie z. B. die Lehrstellenaktion, runden das Angebot ab.

WDR 2 steht auch für die legendäre Bundesliga-Konferenz „Liga Live“, die von Sven Pistor moderiert wird. Sie wird bundesweit auch von anderen öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen. Im Musikprogramm laufen Pop und Rock der letzten Jahrzehnte sowie aktuelle Songs jenseits schnelllebiger Trends.

WDR 2 Hörer vertrauen auf ihren Sender. Mit Ihrem Werbespot haben Sie die Chance, davon zu profitieren.



Basisinformationen

Wort-/Musikanteil	40/60
Musikformat	Rock- und Popmusik jenseits schnelllebiger Trends
Kernzielgruppe	25–59 Jahre
Sendegebiet	Nordrhein-Westfalen
Werbung	6–18 Uhr 2 Werbeblöcke, jeweils einen zur halben und einen zur vollen Stunde

Fazit

WDR 2 bietet ein vielversprechendes Werbeumfeld: intelligente Unterhaltung, herausragende journalistische und Top-Sport-Kompetenz. 1:0 für den Image-transfer.



Weitere Informationen? Gehen Sie online!

Auf www.wdr2.de erfahren Sie alles über den Qualitätsmarktführer. Wenn Sie zum ersten Mal Radio-Werbung schalten möchten, finden Sie unter www.meinersterradiospot.de einen Einsteiger-Guide. Auf www.wdr-mediagroup.com gibt es interessante Expertisen, Sender-Infos und Themenmagazine – einfach zum Download. Oder schreiben Sie eine E-Mail an info@wdr-mediagroup.com, und wir schicken Ihnen gerne genau die Informationen zu, die Sie brauchen.

Programmschema Werbeblöcke

Mo–Fr 6–12 Uhr

6.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
6.05	Morgenmagazin
6.26	Werbung
6.30	Nachrichten regional, Verkehr
6.56	Werbung
7.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
7.05	Morgenmagazin
7.26	Werbung
7.30	Nachrichten regional, Verkehr
7.56	Werbung
8.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
8.05	Morgenmagazin
8.26	Werbung
8.30	Nachrichten regional, Verkehr
8.56	Werbung
9.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
9.05	Westzeit
9.26	Werbung
9.30	Nachrichten regional, Verkehr
9.56	Werbung
10.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
10.05	Westzeit
10.26	Werbung
10.30	Nachrichten regional, Verkehr
10.56	Werbung
11.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
11.05	Westzeit
11.26	Werbung
11.30	Nachrichten regional, Verkehr
11.56	Werbung

Mo–Fr 12–18 Uhr

12.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
12.05	Mittagsmagazin
12.26	Werbung
12.30	Nachrichten regional, Verkehr
12.56	Werbung
13.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
13.05	Mittagsmagazin
13.26	Werbung
13.30	Nachrichten regional, Verkehr
13.56	Werbung
14.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
14.05	Mittagsmagazin
14.26	Werbung
14.30	Nachrichten regional, Verkehr
14.56	Werbung
15.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
15.05	Zwischen Rhein und Weser
15.26	Werbung
15.30	Nachrichten regional, Verkehr
15.56	Werbung
16.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
16.05	Zwischen Rhein und Weser
16.26	Werbung
16.30	Nachrichten regional, Verkehr
16.56	Werbung
17.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
17.05	Zwischen Rhein und Weser
17.26	Werbung
17.30	Nachrichten regional, Verkehr
17.56	Werbung

Sa 6–12 Uhr

6.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
6.05	Morgenmagazin
6.26	Werbung
6.30	Nachrichten, Wetter, Verkehr
6.56	Werbung
7.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
7.05	Morgenmagazin
7.26	Werbung
7.30	Nachrichten regional, Verkehr
7.56	Werbung
8.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
8.05	Morgenmagazin
8.26	Werbung
8.30	Nachrichten regional, Verkehr
8.56	Werbung
9.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
9.05	Der Samstag
9.26	Werbung
9.30	Nachrichten regional, Verkehr
9.56	Werbung
10.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
10.05	Der Samstag
10.26	Werbung
10.30	Nachrichten regional, Verkehr
10.56	Werbung
11.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
11.05	Der Samstag
11.26	Werbung
11.30	Nachrichten regional, Verkehr
11.56	Werbung

Sa 12–18 Uhr

12.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
12.05	Der Samstag
12.26	Werbung
12.30	Nachrichten regional, Verkehr
12.56	Werbung
13.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
13.05	Der Samstag
13.26	Werbung
13.30	Nachrichten regional, Verkehr
13.56	Werbung
14.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
14.05	Liga Live ⁽¹⁾
14.26	Werbung
14.30	Nachrichten regional, Verkehr
15.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
15.05	Liga Live ⁽¹⁾
15.26	Werbung
15.30	Liga Live ⁽¹⁾
15.56	Werbung
16.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
16.05	Liga Live ⁽¹⁾
16.26	Werbung
16.30	Liga Live ⁽¹⁾
16.50	Werbung ⁽²⁾
17.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
17.05	Liga Live ⁽¹⁾
17.20	Werbung ⁽²⁾
17.30	Nachrichten regional, Verkehr
17.56	Werbung

Stand: 1. September 2009.
Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Die angegebenen Sendezeiten können variieren.

⁽¹⁾ An Samstagen ohne Bundesliga: Sportzeit.
⁽²⁾ Zusätzlich zu den Standardwerbeblöcken kann zwischen 16 und 18 Uhr die Berichterstattung zur Fußball-Bundesliga (Schalt-Konferenz) regional belegt werden. Die Verfügbarkeit dieser Platzierung ist begrenzt.

Einschaltpreise 2010

	Mo–Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo–Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6–7 Uhr	61,00	1.830,00	10,00	300,00	52,50	1.575,00
7–8 Uhr	107,00	3.210,00	23,00	690,00	93,00	2.790,00
8–9 Uhr	76,00	2.280,00	59,00	1.770,00	73,17	2.195,00
9–10 Uhr	48,00	1.440,00	48,00	1.440,00	48,00	1.440,00
10–11 Uhr	38,00	1.140,00	38,00	1.140,00	38,00	1.140,00
11–12 Uhr	32,00	960,00	30,00	900,00	31,67	950,00
12–13 Uhr	34,00	1.020,00	31,00	930,00	33,50	1.005,00
13–14 Uhr	27,00	810,00	14,00	420,00	24,83	745,00
14–15 Uhr	23,00	690,00	12,00	360,00	21,17	635,00
15–16 Uhr	30,00	900,00	30,00	900,00	30,00	900,00
16–17 Uhr	37,00	1.110,00	37,00	1.110,00	37,00	1.110,00
17–18 Uhr	27,00	810,00	24,00	720,00	26,50	795,00
Ø 6–18 Uhr	45,00	1.350,00	29,67	890,00	42,45	1.273,33

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

WDR 2 ist Mitglied in folgenden Paket-Angeboten:

- WDR Best of
- WDR Best of 14 – 49
- WDR Best of 30+
- AS&S Radio Deutschland-Kombi
- AS&S Radio Deutschland-Kombi Kompakt
- AS&S Radio West-Kombi
- AS&S Radio Fußball-Kombi
- AS&S Radio Deutschland-Kombi Info
- AS&S Radio Liga Live

Die nationale Vermarktung erfolgt über die AS&S Radio GmbH.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Zusätzlich kann am Samstag zwischen 16 und 18 Uhr die Berichterstattung zur Bundesliga (Schalt-Konferenz) belegt werden. Die Verfügbarkeit ist begrenzt.

ca. 16.50 Uhr		54,00	1.620,00
ca. 17.20 Uhr		37,00	1.110,00

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. Pur. 45 – 69.

WDR 4. Der Wohlfühlsender!

Ein Sender, der keinen alleine lässt. wdr 4 ist vielen Hörern über die Jahrzehnte ans Herz gewachsen. Mit deutschem Schlager, aber auch Evergreens, Pop, Volksmusik, Easy Listening und Klassik geht es durch den Tag mit vertrauten Sendungen wie „Musik-Café“ und „Der Tag um fünf“. Bekannte Moderatoren wie Götz Alsmann oder Isabel Varell bringen Liebe zum Besonderen authentisch rüber.

Schönes bleibt – das Motto von wdr 4. Es lässt sich nicht nur per Radio, sondern auch live erleben. Die „wdr 4 Schlager-Starparade“ ist eines der größten Hallen-Schlagerfestivals Europas – und für viele Hörer ein absolutes Muss.

Während die Werbebranche sich meist auf die Zielgruppe von 14 bis 49 Jahren konzentriert, erreichen Sie mit wdr 4 eine ebenso attraktive Gruppe: die Kunden über 50. wdr 4 bietet für Ihre Radio-Werbung ein perfekt ausgewogenes Umfeld. Mit maximal zwei Werbeblöcken stündlich ist Ihnen ein hoher Aufmerksamkeitswert sicher.



Basisinformationen

Wort-/Musikanteil	30/70
Musikformat	Easy Listening, Pop, Schlager und Volksmusik
Kernzielgruppe	45–69 Jahre
Sendegebiet	Nordrhein-Westfalen
Werbung	6–18 Uhr 1–2 Werbeblöcke, jeweils einen zur halben und einen zur vollen Stunde

Fazit

Erreichen Sie die, die viele vernachlässigen, aber viel zu bieten haben. Nutzen Sie die Chance auf Kunden über 50 Jahre, die ihren Sender kennen und lieben.



Lust auf mehr? Gehen Sie online!

Auf www.wdr4.de erfahren Sie alles über die populäre Welle. Wenn Sie zum ersten Mal Radio-Werbung schalten möchten, finden Sie unter www.meinersterradiospot.de einen Einsteiger-Guide. Auf www.wdr-mediagroup.com gibt es interessante Expertisen, Sender-Infos und Themenmagazine – einfach zum Download. Oder schreiben Sie eine E-Mail an info@wdr-mediagroup.com, und wir schicken Ihnen gerne genau die Informationen zu, die Sie brauchen.

Programmschema Werbeblöcke

Mo–Fr 6–12 Uhr

6.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
6.05	Morgenmelodie
6.30	Kurz und Knapp
6.56	Werbung
7.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
7.05	Morgenmelodie
7.26	Werbung
7.30	Kurz und Knapp
7.56	Werbung
8.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
8.05	Morgenmelodie
8.26	Werbung
8.30	Kurz und Knapp
8.56	Kirche im WDR 4
9.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
9.05	Pavillon
9.26	Werbung
9.30	Verkehr
9.56	Werbung
10.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
10.05	Pavillon
10.26	Werbung
10.30	Verkehr
10.56	Werbung
11.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
11.05	Pavillon
11.26	Werbung
11.30	Verkehr
11.56	Werbung

Mo–Fr 12–18 Uhr

12.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
12.05	Gut aufgelegt
12.26	Werbung
12.30	Verkehr
12.56	Werbung
13.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
13.05	Gut aufgelegt
13.30	Verkehr
13.56	Werbung
14.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
14.05	Gut aufgelegt
14.30	Verkehr
14.56	Werbung
15.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
15.05	Musik-Café
15.30	Verkehr
15.56	Werbung
16.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
16.05	Musik-Café
16.30	Verkehr
16.56	Werbung
17.00	Der Tag um fünf
17.20	Bistro
17.30	Verkehr
17.56	Werbung

Sa 6–12 Uhr

6.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
6.05	Morgenmelodie
6.30	Kurz und Knapp
6.56	Werbung
7.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
7.05	Morgenmelodie
7.26	Werbung
7.30	Kurz und Knapp
7.56	Werbung
8.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
8.05	In unserem Alter
8.26	Werbung
8.30	Verkehr
8.56	Kirche im WDR 4
9.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
9.05	Pavillon
9.26	Werbung
9.30	Verkehr
9.56	Werbung
10.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
10.05	Pavillon
10.26	Werbung
10.30	Verkehr
10.56	Werbung
11.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
11.05	Pavillon
11.26	Werbung
11.30	Verkehr
11.56	Werbung

Sa 12–18 Uhr

12.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
12.05	Gut aufgelegt
12.26	Werbung
12.30	Verkehr
12.56	Werbung
13.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
13.05	Gut aufgelegt
13.30	Verkehr
13.56	Werbung
14.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
14.05	Gut aufgelegt
14.30	Verkehr
14.56	Werbung
15.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
15.05	Top 17, Die WDR 4 Hitparade
15.30	Verkehr
15.56	Werbung
16.00	Nachrichten, Wetter, Verkehr
16.05	Top 17, Die WDR 4 Hitparade
16.30	Verkehr
16.56	Werbung
17.00	Der Tag um fünf
17.20	Visitenkarte
17.56	Werbung

Einschaltpreise 2010

	Mo–Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo–Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6–7 Uhr	30,00	900,00	8,00	240,00	26,33	790,00
7–8 Uhr	73,00	2.190,00	32,00	960,00	66,17	1.985,00
8–9 Uhr	106,00	3.180,00	73,00	2.190,00	100,50	3.015,00
9–10 Uhr	98,00	2.940,00	79,00	2.370,00	94,83	2.845,00
10–11 Uhr	79,00	2.370,00	61,00	1.830,00	76,00	2.280,00
11–12 Uhr	73,00	2.190,00	60,00	1.800,00	70,83	2.125,00
12–13 Uhr	68,00	2.040,00	41,00	1.230,00	63,50	1.905,00
13–14 Uhr	40,00	1.200,00	15,00	450,00	35,83	1.075,00
14–15 Uhr	32,00	960,00	10,00	300,00	28,33	850,00
15–16 Uhr	28,00	840,00	9,00	270,00	24,83	745,00
16–17 Uhr	24,00	720,00	7,00	210,00	21,17	635,00
17–18 Uhr	21,00	630,00	6,00	180,00	18,50	555,00
Ø 6–18 Uhr	56,00	1.680,00	33,42	1.002,50	52,24	1.567,08

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

WDR 4 ist Mitglied in folgenden Paket-Angeboten:

- WDR Best of
- WDR Best of 30+
- AS&S Radio Deutschland-Kombi
- AS&S Radio Deutschland-Kombi 40+

Die nationale Vermarktung erfolgt über die AS&S Radio GmbH.

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. In drei Paketen.

WDR Best of, WDR Best of 14 – 49, WDR Best of 30+.

Komplettpaket: 1LIVE, WDR 2, WDR 4 und 100'5 Das Hitradio.

Genau wie Oscar Wilde: immer nur das Beste nehmen. Beim WDR können Sie die besten Werbeplätze auf mehreren Sendern gleichzeitig buchen. Stellen Sie sich vor, was passiert, wenn der Image-transfer nicht nur von einem, sondern gleich von zwei oder drei Programmen ausgeht. Diese geballte Kraft bedeutet: Qualität. Im Paket.

100'5 Das Hitradio. ist ein deutschsprachiger belgischer Sender, der rund um die Uhr ein abwechslungsreiches Vollprogramm mit gut durchhörbarer Musik ausstrahlt. Kernverbreitungsgebiet ist die wirtschaftlich attraktive Euregio mit den Großräumen Aachen, Heinsberg und Düren, der deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens und der Provinz Limburg in den Niederlanden.

Gegenüber der Einzelbelegung der jeweiligen Radiosender bietet WDR Best of einen Preisvorteil von 12,6 Prozent.



Katrin Schmick,
WDR 2

Olli Briesch,
1LIVE

Stefan Verhasselt,
WDR 4

Einschaltpreise 2010

	Mo–Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo–Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6–7 Uhr	152,00	4.560,00	26,00	780,00	131,00	3.930,00
7–8 Uhr	271,00	8.130,00	82,00	2.460,00	239,50	7.185,00
8–9 Uhr	274,00	8.220,00	197,00	5.910,00	261,17	7.835,00
9–10 Uhr	216,00	6.480,00	193,00	5.790,00	212,17	6.365,00
10–11 Uhr	169,00	5.070,00	160,00	4.800,00	167,50	5.025,00
11–12 Uhr	160,00	4.800,00	149,00	4.470,00	158,17	4.745,00
12–13 Uhr	167,00	5.010,00	112,00	3.360,00	157,83	4.735,00
13–14 Uhr	128,00	3.840,00	52,00	1.560,00	115,33	3.460,00
14–15 Uhr	116,00	3.480,00	45,00	1.350,00	104,17	3.125,00
15–16 Uhr	112,00	3.360,00	43,00	1.290,00	100,50	3.015,00
16–17 Uhr	111,00	3.330,00	39,00	1.170,00	99,00	2.970,00
17–18 Uhr	93,00	2.790,00	32,00	960,00	82,83	2.485,00
Ø 6–18 Uhr	164,08	4.922,50	94,17	2.825,00	152,43	4.572,92

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

Die Buchung von 100'5 Das Hitradio. ist über die WDR mediagroup GmbH nur als Teil der Pakete WDR Best of und WDR Best of 14 – 49 möglich. Kontakt für die Einzelbelegung über regioMEDIEN AG, Media-service, Kehrweg 11, B-4700 Eupen, Fon +32-87-591215, Fax +32-87-591262, E-Mail info@regiomediengroup.com oder die AS&S Radio GmbH, Falkensteiner Straße 77, 60322 Frankfurt am Main, Fon 069 15424-238.

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. In drei Paketen.

WDR Best of, WDR Best of 14 – 49, WDR Best of 30+.

WDR Best of 14 – 49. Das Zielgruppen-Paket: 1LIVE, WDR 2 und 100'5 Das Hitradio.

Höchste journalistische Sorgfalt, intelligente Unterhaltung, unabhängige Berichterstattung. Dazu natürliche Moderation und Musik am Puls der Zeit.

Das Radioangebot bietet Ihnen neben hervorragenden Leistungswerten ein Werbeumfeld mit inhaltlicher Substanz.

Gegenüber der Einzelbelegung der jeweiligen Radiosender bietet WDR Best of 14 – 49 einen Preisvorteil von 3,9 Prozent.



Katrin Schmick,
WDR 2

Olli Briesch,
1LIVE

Einschaltpreise 2010

	Mo-Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo-Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6-7 Uhr	147,00	4.410,00	27,00	810,00	127,00	3.810,00
7-8 Uhr	244,00	7.320,00	62,00	1.860,00	213,67	6.410,00
8-9 Uhr	175,00	5.250,00	130,00	3.900,00	167,50	5.025,00
9-10 Uhr	125,00	3.750,00	125,00	3.750,00	125,00	3.750,00
10-11 Uhr	109,00	3.270,00	111,00	3.330,00	109,33	3.280,00
11-12 Uhr	101,00	3.030,00	94,00	2.820,00	99,83	2.995,00
12-13 Uhr	115,00	3.450,00	82,00	2.460,00	109,50	3.285,00
13-14 Uhr	99,00	2.970,00	52,00	1.560,00	91,17	2.735,00
14-15 Uhr	103,00	3.090,00	45,00	1.350,00	93,33	2.800,00
15-16 Uhr	102,00	3.060,00	54,00	1.620,00	94,00	2.820,00
16-17 Uhr	112,00	3.360,00	60,00	1.800,00	103,33	3.100,00
17-18 Uhr	83,00	2.490,00	39,00	1.170,00	75,67	2.270,00
Ø 6-18 Uhr	126,25	3.787,50	73,42	2.202,50	117,44	3.523,33

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

Die Buchung von 100'5 Das Hitradio. ist über die WDR mediagroup GmbH nur als Teil der Pakete WDR Best of und WDR Best of 14 – 49 möglich. Kontakt für die Einzelbelegung über regioMEDIEN AG, Mediaservice, Kehrweg 11, B-4700 Eupen, Fon +32-87-591215, Fax +32-87-591262, E-Mail info@regiomedienn-ag.com oder die AS&S Radio GmbH, Falkensteiner Straße 77, 60322 Frankfurt am Main, Fon 069 15424-238.

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. In drei Paketen.

WDR Best of, WDR Best of 14 – 49, WDR Best of 30+.

**WDR Best of 30+. Das Zielgruppen-Paket für Leute ab 30 Jahren:
WDR 2 und WDR 4.**

Ein glaubwürdiges Programm, unabhängige Berichterstattung, höchste journalistische Sorgfalt, natürliche Moderation und entspannte Musik.

Dieses Radioangebot bietet Ihnen neben verlässlichen Leistungswerten ein Werbeumfeld mit inhaltlicher Substanz.

Gegenüber der Einzelbelegung der jeweiligen Radiosender bietet WDR Best of 30+ einen Preisvorteil von 5,4 Prozent.



Katrin Schmick,
WDR 2
Stefan Verhasselt,
WDR 4

Einschaltpreise 2010

	Mo–Fr in Euro		Sa in Euro		Ø-Preis Mo–Sa in Euro	
	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.	1 Sek.	30 Sek.
6–7 Uhr	87,00	2.610,00	17,00	510,00	75,33	2.260,00
7–8 Uhr	172,00	5.160,00	53,00	1.590,00	152,17	4.565,00
8–9 Uhr	176,00	5.280,00	126,00	3.780,00	167,67	5.030,00
9–10 Uhr	141,00	4.230,00	122,00	3.660,00	137,83	4.135,00
10–11 Uhr	111,00	3.330,00	95,00	2.850,00	108,33	3.250,00
11–12 Uhr	100,00	3.000,00	86,00	2.580,00	97,67	2.930,00
12–13 Uhr	97,00	2.910,00	69,00	2.070,00	92,33	2.770,00
13–14 Uhr	65,00	1.950,00	27,00	810,00	58,67	1.760,00
14–15 Uhr	53,00	1.590,00	21,00	630,00	47,67	1.430,00
15–16 Uhr	52,00	1.560,00	33,00	990,00	48,83	1.465,00
16–17 Uhr	50,00	1.500,00	31,00	930,00	46,83	1.405,00
17–18 Uhr	45,00	1.350,00	24,00	720,00	41,50	1.245,00
Ø 6–18 Uhr	95,75	2.872,50	58,67	1.760,00	89,57	2.687,08

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die angegebenen Einschaltpreise sind Brutto-Einschaltpreise zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Durchschnittspreise sind nur zur Planungshilfe angegeben.

Brutto-Umsatz ab Euro

25.000	50.000	100.000	150.000	200.000	250.000	350.000	550.000	750.000	1.000.000	1.250.000	1.500.000	2.050.000	2.600.000
1,5%	2,5%	3,5%	4,5%	5,5%	6,5%	7,5%	9,0%	10,5%	12,0%	13,5%	15,0%	17,5%	20,0%

Rabattsatz

Qualität. Ganz einfach.

Der Web-Guide für Radio-Werbung.

Mein erster Radiospot

Wir geben all denen Antworten, die noch nie im Radio waren und sich fragen, ob sich Werbung für sie lohnt. Warum Radio? Warum WDR? Welcher Sender ist der richtige? Welche Hörer sind meine potenziellen Kunden? Wie mache ich einen Radiospot? Wir haben für Sie einen selbsterklärenden Web-Guide entwickelt, den wir Ihnen hier nur kurz vorstellen. Erleben können Sie ihn unter www.meinersterradiopot.de.

In einfachen Schritten, anschaulich illustriert und mit vielen Praxisbeispielen erklärt unser Web-Guide Radiointeressierten alles, was sie rund um Radio-Werbung wissen sollten. Er verzichtet auf Media-Fachsprache oder erklärt sie im Glossar und zeigt, dass Radio-Werbung wirklich kein Hexenwerk ist.

Der WDR 2 Moderator Matthias Bongard führt unterhaltsam durch die Programmpunkte und in Filmbeiträgen erläutern Fachleute aus allen Bereichen, was unter anderem bei der Kreation und Produktion eines Radiospots zu beachten ist.



Mehr Umsatz!

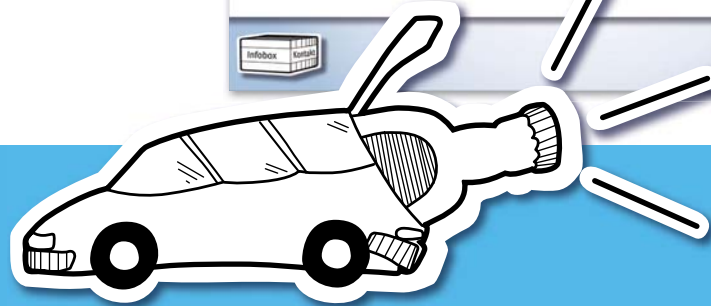
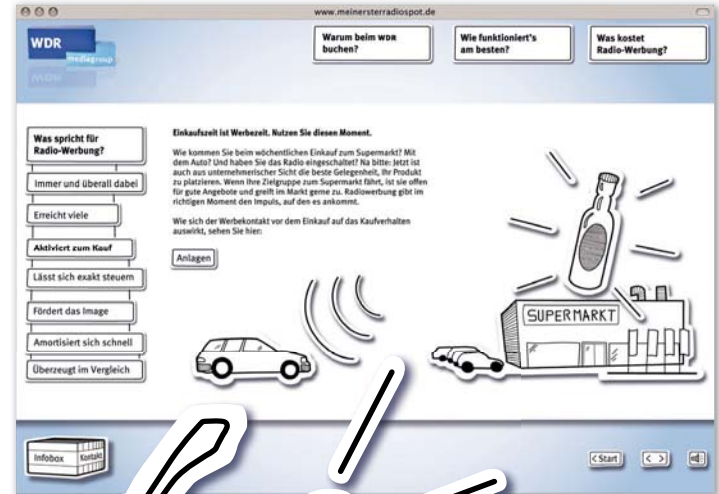
Ein Exempel aus dem Web-Guide.

Radio-Werbung gibt echte Kaufimpulse

Angenommen, Sie besitzen eine mittelständische Brauerei. Wann ist der beste Zeitpunkt, für Ihr Bier zu werben? Genau dann, wenn Ihre Zielgruppe den Zündschlüssel umdreht und zum Supermarkt fährt.

Jetzt ist sie offen für gute Angebote oder einen frisch gemachten Imagespot. Radio-Werbung gibt im richtigen Moment den Impuls, auf den es ankommt.

Mehr Praxisbeispiele finden Sie im Web-Guide. Klicken Sie auf www.meinersterradiopot.de.



Nehmen Sie Kontakt auf!

Sie haben Fragen zum Web-Guide oder schon zu Ihrem ersten Radiospot? Scheuen Sie sich nicht, uns einfach anzurufen oder eine E-Mail zu senden:

Dirk Assenmacher, Leiter Marketing und Regionalvertrieb

Fon 0221 2035-1965

E-Mail dirk.assenmacher@wdr-mediagroup.com

Anke Scholl, Produktmanagerin

Fon 0221 2035-213

E-Mail anke.scholl@wdr-mediagroup.com

Auftragsabwicklung

Auftragsannahme

Die wDR mediagroup GmbH (nachfolgend wDR mediagroup genannt) hat die in der ARD-Werbung zusammengeschlossenen Werbegesellschaften (AS&S Radio GmbH, nachfolgend AS&S Radio genannt) beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeit Aufträge für Werbung im Hörfunk, die in der hierfür vorgesehenen Sendezeit über die vom Westdeutschen Rundfunk Köln (wDR) für das 1. (1LIVE) und/oder das 2. und/oder das 4. Hörfunkprogramm betriebenen Sender terrestrisch und über Satellit ASTRA ausgestrahlt wird, entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der wDR mediagroup auszuführen.

Die wDR mediagroup behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen.

In der Hörfunkwelle wDR 1LIVE erfolgt keine Werbung für alkoholische Getränke. Davon ausgenommen ist die Werbung für Biersorten.

Berechnung

Die Einschaltungen werden nur mit den gebuchten Zeiteinheiten, mindestens aber mit 15 Sekunden abgerechnet. Einschaltungen mit einer Sendedauer von mehr als 60 Sekunden bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Die Berechnung erfolgt durch AS&S Radio, wenn der Auftrag durch AS&S Radio bestätigt wurde, in allen anderen Fällen durch die wDR mediagroup.

Preisangaben

Soweit keine andere Währung ausdrücklich genannt ist, verstehen sich alle Preise in Euro, zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültigen Umsatzsteuer.

Rabatte

Bei Abnahme der nachstehenden Brutto-Umsatzerlöse (ausschließlich Umsatzsteuer) für Werbeeinschaltungen von ein und demselben Werbungtreibenden innerhalb des Vertragsjahres (= Kalenderjahr) werden folgende Rabatte gewährt:

Rabatte jährlich ab:

25.000 Euro	1,5 %	250.000 Euro	6,5 %	1.250.000 Euro	13,5 %
50.000 Euro	2,5 %	350.000 Euro	7,5 %	1.500.000 Euro	15,0 %
100.000 Euro	3,5 %	550.000 Euro	9,0 %	2.050.000 Euro	17,5 %
150.000 Euro	4,5 %	750.000 Euro	10,5 %	2.600.000 Euro	20,0 %
200.000 Euro	5,5 %	1.000.000 Euro	12,0 %		

Brutto-Umsatzerlöse aus der regionalen Radio-Werbung bei der wDR mediagroup sowie aus der nationalen Radio-Werbung bei der AS&S Radio werden zur Rabattierung nicht zusammengefasst. Bei Aufträgen ein und desselben Werbungtreibenden für regionale Radiowerbeeinschaltungen bei der wDR mediagroup und für nationale Radiowerbeeinschaltungen bei der AS&S Radio wird der für die nationalen Buchungen maßgebliche Rabattsatz gewährt, wenn dieser für den Werbungtreibenden bei seiner regionalen Buchung günstiger ist.

Eine Rabattzusammenfassung bei Aufträgen verschiedener Unternehmen erfolgt nur, wenn der AS&S Radio oder der wDR mediagroup

- eine aktuelle Bescheinigung der zuständigen Finanzbehörde über die steuerliche Organschaft vorliegt oder
- eine aktuelle Bescheinigung eines öffentlich bestellten Wirtschaftsprüfers darüber vorliegt, dass zwischen den in Betracht kommenden Unternehmen eine Beziehung im Sinne des § 290 Abs. 1, Abs. 2 HGB besteht bzw. sie einen Gleichordnungskonzern bilden. Dabei sind die Rechtsform sowie der Sitz (In- oder Ausland) der beteiligten Unternehmen ohne Bedeutung.

Änderungen der Organschaft im Vertragsjahr werden bei der Rabattierung berücksichtigt.

Agenturvergütungen

Werden der AS&S Radio oder der wDR mediagroup Aufträge für Werbesendungen von Werbeagenturen oder Werbemittlern erteilt, erhalten diese, sofern sie ihre Auftraggeber werblich beraten und entsprechende Dienstleistungen dem Auftragnehmer nachweisen können, soweit branchenüblich, eine Agenturvergütung in Höhe von 15 % der um etwa gewährte Rabatte gekürzten Brutto-Einschaltpreise (ausschließlich Umsatzsteuer).

Zahlungsbedingungen

a) Für die in **laufender Geschäftsbeziehung** stehenden Vertragspartner werden die Einschaltungen im Regelfall jeweils im Monat vor der Ausstrahlung mit Rechnungsdatum vom 5. des Ausstrahlungsmonats berechnet.

Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum werden 2 % Skonto gewährt. Die Rechnungen sind spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig. Bei Berechnung mit Rechnungsdatum nach dem 5. des Ausstrahlungsmonats gelten die Zahlungsziele analog. Die WDR mediagroup behält sich das Recht vor, auch bei Vertragspartnern, die in laufender Geschäftsbeziehung mit der WDR mediagroup stehen, die unter Punkt b) genannten Zahlungsbedingungen anzuwenden.

Die Vertragspartner haben die Möglichkeit, der WDR mediagroup einen Abbuchungsauftrag zu erteilen. In diesem Fall werden die Abbuchungen durch die WDR mediagroup unter Wahrung der Skontofrist und Abzug des Skontobetrages vorgenommen. Die Erteilung des Abbuchungsauftrages wird zwischen der WDR mediagroup und dem Vertragspartner gesondert vereinbart.

b) **Erstmalige Vertragspartner sowie Kunden mit Sitz im Ausland** zahlen vor Beginn der ersten Ausstrahlung. Der Zahlungseingang muss 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 in Abs. 1 genannten Vorauskasse spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig. Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum werden 2 % Skonto gewährt.

Wurde die Rechnung von der AS&S Radio erstellt, gilt als Tag der Zahlung bei Übersendung von Verrechnungsschecks der Tag des Eingangs bei der AS&S Radio, bei Überweisungen der Tag, an dem der Betrag auf dem nachstehenden Konto bei der AS&S Radio gutgeschrieben wird:

AS&S Radio GmbH

Dresdner Bank AG, Konto 2 324 076 (BLZ 500 800 00)

Wurde die Rechnung von der WDR mediagroup erstellt, gilt als Tag der Zahlung bei

Übersendung von Verrechnungsschecks der Tag des Eingangs bei der WDR mediagroup, bei Überweisungen der Tag, an dem der Betrag auf dem nachstehenden Konto bei der WDR mediagroup gutgeschrieben wird:

WDR mediagroup GmbH

SEB Bank AG Köln, Konto 1 097 440 200 (BLZ 370 101 11)

Ist die Rechnung nicht termingerecht beglichen, so sind die AS&S Radio und die WDR mediagroup berechtigt, die Ausführung des Auftrages bis zum Zahlungseingang zu unterlassen oder vom restlichen Auftrag zurückzutreten, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers abgeleitet werden kann. Der Auftraggeber haftet der WDR mediagroup für den entstandenen Schaden.

Sendeunterlagen

Die vom Auftraggeber kostenlos zur Verfügung zu stellenden Sendeunterlagen, insbesondere Einschaltpläne sowie Tonträger, müssen der WDR mediagroup mindestens 10 Werktage vor der Sendung vorliegen.

Später eingehende Sendeunterlagen kann die WDR mediagroup ohne Angabe von Gründen zurückweisen. Ziffer 13 der allgemeinen Geschäftsbedingungen der WDR mediagroup bleibt unberührt. Tonträger und Textmanuskripte sind in einfacher Ausfertigung anzuliefern, und zwar auch dann, wenn mehr als ein Hörfunkprogramm mit Werbung belegt worden ist. Mehrere Spots für ein und dasselbe Produkt sollen auf einem Band – die einzelnen Spots durch Zwischenband bzw. 5 Sekunden stummen Zwischenraum getrennt – angeliefert werden. Die Konfektionierung muss den ARD Richtlinien entsprechen. Den Tonträgern ist ein den Inhalt eindeutig bezeichnendes Materialbelegpapier beizufügen.

1. Audio-Dateien

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 128 kbit/s

- Normalisierung auf o dBFS (digitale Vollaussteuerung)

Anlieferung:

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

2. Audio-CD nach „Red Book“-Standard

- Normalisierung auf o dBFS (digitale Vollaussteuerung)

3. R-DAT-Kassetten

- Abtastrate 44,1 oder 48 kHz und 16-Bit-Auflösung, stereo
- Normalisierung auf o dBFS (digitale Vollaussteuerung)

Für technische Fragen stehen Ihnen unsere Mitarbeiter der Audio-Technik jederzeit gern zur Verfügung:

E-Mail: technik-werbung@wdr-mediagroup.com

Fon: 0221 2035-247

Gestaltungskosten für Sendeunterlagen

Die Gestaltungskosten für Werbeeinschaltungen gehen ausschließlich zu Lasten 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 schriftlich geltend gemacht werden. Ansonsten werden die Sendekopien entsorgt.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Vertragsschluss

Die WDR mediagroup GmbH (nachfolgend WDR mediagroup genannt) hat die in der ARD-Werbung zusammengeschlossenen Werbegesellschaften (AS&S Radio GmbH, nachfolgend AS&S Radio genannt) beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeit Aufträge für Werbung im Hörfunk, die in der hierfür vorgesehenen Sendezeit über die vom Westdeutschen Rundfunk Köln (WDR) für das 1. (1LIVE) und/oder das 2. und/oder das 4. Hörfunkprogramm betriebenen Sender terrestrisch und auch über Satellit ASTRA ausgestrahlt wird, entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der WDR mediagroup auszuführen. Die WDR mediagroup behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen. AS&S Radio und WDR mediagroup (nachfolgend Auftragnehmerin genannt) verpflichten sich zur ordnungsgemäßen Ausführung der von ihnen bestätigten Aufträge nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen.

2. Einhaltung gesetzlicher Regelungen und Richtlinien

Die Werbeeinschaltungen müssen dem Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln (WDR Gesetz) und den vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW bzw. vom Deutschen Werberat anerkannten Verhaltensregeln entsprechen. Ferner müssen sie – jeweils in der gültigen Fassung – dem Rundfunkstaatsvertrag und den einschlägigen Rundfunkgesetzen und Staatsverträgen der Länder entsprechen, in denen die Ausstrahlung der Spots erfolgt bzw. in denen die Sender ihren jeweiligen Sitz haben. Werbung für politische Zwecke jeder Art, für religiöse Auffassungen und weltanschauliche Überzeugungen ist ausgeschlossen. Dies gilt auch für die Verwendung entsprechender Aussagen in der Werbung. In der Hörfunkwelle WDR 1LIVE erfolgt keine Werbung für alkoholische Getränke. Davon ausgenommen ist die Werbung für Biersorten.

3. Einheitlicher Auftrag

Für ein zu bewerbendes Produkt oder eine zu bewerbende Leistung wird nur ein einheitlicher Auftrag, in dem der Werbungtreibende genau zu bezeichnen ist, angenommen.

4. Einschaltung von Werbeagenturen

Aufträge erteilt eine Werbeagentur auf eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Aufträge von Werbeagenturen werden nur angenommen, wenn der Werbungtreibende namentlich bezeichnet ist. Wenn die eingeschaltete Werbeagentur einwilligt, kann mit Zustimmung der WDR Mediagroup während der Abwicklung des Auftrages eine andere Werbeagentur an ihre Stelle treten.

5. Schriftform

Der Vertrag über die Annahme eines erteilten Auftrages bedarf der Schriftform oder der elektronischen Bestätigung. Neben- und Änderungsabreden bedürfen der gleichen Form.

6. Ablehnungsvorbehalt

Die Auftragnehmerin behält sich vor, Aufträge abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen behält sich die Auftragnehmerin vor, Sendeunterlagen wegen ihrer Herkunft, wegen ihres Inhalts oder ihrer technischen Form zurückzuweisen. Eine Ablehnung ist insbesondere dann möglich, wenn der Inhalt des Spots gegen rechtliche Bestimmungen oder die Interessen des Rundfunkveranstalters verstößt. Für diese Entscheidungen gelten einheitliche Grundsätze. Der Auftraggeber ist unverzüglich zu benachrichtigen. Die Gründe der Ablehnung werden dem Auftraggeber mitgeteilt.

7. Preise, Rabatte, Abrechnung

7.1 Die Auftragnehmerin berechnet und gewährt nur die in der jeweils gültigen Preisliste genannten Preise, Rabatte, Agenturvergütungen und Skonti. Die Rabatte werden bei Rechnungserteilung aufgrund des für ein Vertragsjahr disponierten oder vereinbarten Brutto-Auftragswertes (ohne Umsatzsteuer) der Werbeeinschaltungen gewährt. Sie sind spätestens zum Ende des Vertragsjahres entsprechend den tatsächlich abgewickelten Brutto-Umsatzerlösen rückwirkend abzurechnen. Für die Preisberechnung wird die Laufzeit der Tonträger nach deren tatsächlicher Länge bemessen. Grundlage für die Berechnung der Länge einer Einschaltung sind das erste und das letzte wahrnehmbare Tonsignal. Sonderwerbformen (Special Ads) werden im Gesamtumsatz für die Rabattierung nicht berücksichtigt. Die Preise werden hierfür vielmehr gesondert vereinbart.

- 7.2 Sämtliche vereinbarten Konditionen (inkl. Preisnachlässe, Rabatte, Skonti etc.) gelten unmittelbar gegenüber dem Auftraggeber.
- 7.3 Die Auftragnehmerin behält sich vor, Aufschläge für Eckplatzierungen zu berechnen. Diese werden im Vorfeld schriftlich und eindeutig kommuniziert.

8. Weitergabe an Dritte

Eine Weitergabe der gebuchten Werbeeinschaltungen an Dritte ist untersagt.

9. Verbundwerbung

Verbundwerbung bedarf in jedem Einzelfall der Einwilligung durch die Auftragnehmerin.

10. Vertragsjahr

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

11. Verantwortung für Inhalte

Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt der der Auftragnehmerin zur Verfügung gestellten Tonträger. Er haftet für deren rechtliche Zulässigkeit und stellt die Auftragnehmerin von Ansprüchen Dritter frei.

12. Nutzungsrechte

- 12.1 Der Auftraggeber garantiert, dass der Auftragnehmerin für Werbeeinschaltungen nur solche Sendeunterlagen, insbesondere Tonträger, übersandt werden, für die er sämtliche zur Verwertung im Hörfunk erforderlichen Nutzungs- und Leistungsschutzrechte erworben und abgegolten hat, auch soweit für die Herstellung der Sendeunterlagen Industrietonträger (Industrieschallplatten und -bänder) verwendet worden sind. Ausgenommen hiervon sind die Sende- und für die Herstellung des Sendebandes erforderlichen Vervielfältigungsrechte an Musikwerken des GEMA-Repertoires, die von der Auftragnehmerin durch ihre Verträge mit der GEMA erworben und abgegolten werden.
- 12.2 Der Auftraggeber überträgt an die Auftragnehmerin das Nutzungsrecht an den überlassenen Sendeunterlagen, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang sowie zur Erfüllung der Ver-

pflichtung der Auftragnehmerin nach § 12 WDR Gesetz. Das Nutzungsrecht wird in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des Hörfunks. Davon erfasst ist auch das Recht zur gleichzeitigen, unveränderten Verwertung in Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, d. h. das Recht, den Spot an eine Vielzahl potenzieller Nutzer mittels analoger, digitaler oder anderweitiger Speicher- bzw. Datenübertragungstechniken über elektromagnetische Wellen durch Leitungsnetze jedweder Art oder Funk derart zu senden, dass diese den Spot parallel zu allen anderen Formen des Hörfunks über Onlinemedien (z. B. Internet) empfangen und wiedergeben können, gleichgültig welches Empfangsgerät hierzu zum Einsatz kommt (Simulcast/Streaming).

- 12.3 In der Rechteübertragung ist auch das Recht der Auftragnehmerin enthalten, für denjenigen, der im Einklang mit § 12 Abs. 2 WDR Gesetz schriftlich glaubhaft macht, in seinen Rechten betroffen zu sein, einen Mitschnitt zu fertigen und ihm diesen Mitschnitt auszuhändigen. Die Auftragnehmerin ist nicht dazu verpflichtet, die Rechtmäßigkeit der Nutzung zu überprüfen. Ebenso ist die Auftragnehmerin berechtigt, für dritte Auftraggeber einen Mitschnitt des gesamten Werbeblockes zu Anhörzwecken/Ansichtszwecken zu fertigen, in dem neben dem Werbespot des dritten Auftraggebers auch der Werbespot des Auftraggebers im Ganzen oder in Teilen enthalten sein kann. Die Auftragnehmerin wird in Zusammenhang mit der Überlassung des Mitschnitts an dritte Auftraggeber darauf hinweisen, dass eine darüber hinausgehende Nutzung nicht erlaubt ist. Sollte die Auftragnehmerin aufgrund der Nutzung der zur Verfügung gestellten Tonträger von Dritten in Anspruch genommen werden, so stellt der Auftraggeber die Auftragnehmerin von allen in diesem Zusammenhang entstehenden Schäden und Kosten frei.

13. Einreichung der Sendeunterlagen

- 13.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Unterlagen für die jeweilige Sendung der Auftragnehmerin spätestens bis zu dem in der Preisliste bestimmten oder besonders vereinbarten Annahmetermin einzureichen, mindestens jedoch 10 Arbeitstage vor der Ausstrahlung. Werden Sendeunterlagen nicht rechtzeitig oder in technisch unzureichender Form geliefert oder gemäß Ziffer 6 der allgemeinen Geschäftsbedingungen abgelehnt und kann aus diesen Gründen die Sendung nicht ausgestrahlt

werden, so bleibt der Auftraggeber zur Bezahlung der vereinbarten Sendezeit verpflichtet. Die Auftragnehmerin ist in diesem Fall jedoch verpflichtet, dem Auftraggeber nach Möglichkeit einen Ersatztermin anzubieten. Erfolgte die Zurückweisung eines Spots aus Gründen, die der Rundfunkveranstalter bzw. die Vermarktungsgesellschaft zu vertreten hat, so kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten. Bei Verlust oder Beschädigung der der Auftragnehmerin übersandten Sendeunterlagen beschränkt sich die Haftung der Auftragnehmerin auf den Ersatz der Kosten für das Ziehen einer neuen Kopie.

- 13.2 Der Auftraggeber ist verpflichtet, der Auftragnehmerin die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, zusammen mit den Einschaltplänen mitzuteilen. Spätestens bei Übersendung der Einschaltpläne hat der Auftraggeber ausdrücklich zu erklären, ob bei der Herstellung von Sendeunterlagen Industrieschallplatten oder -bänder verwendet worden sind. In diesem Fall verpflichtet sich der Auftraggeber, neben den vorstehenden genannten Daten den Namen des Labels, den Labelcode, den Titel des Tonträgers sowie die Tonträgernummer aufzuführen. Wird eine diesbezügliche Erklärung nicht eingereicht, versichert damit der Auftraggeber, dass bei der Herstellung der Sendeunterlagen Industrietonträger nicht verwendet worden sind.

14. Einhaltung der Sendezeiten

Die Auftragnehmerin bemüht sich, vereinbarte Sendezeiten nach Möglichkeit einzuhalten. Die Sendung der Werbespots zu einem bestimmten Zeitpunkt, in bestimmter Reihenfolge, in Verbindung mit einem bestimmten Rahmenprogramm oder unter Beachtung des so genannten Konkurrenzausschlusses wird von der Auftragnehmerin im Regelfall nicht zugesichert. Ziffer 7 Abs. 2 bleibt unberührt.

15. Verschiebung der Werbeausstrahlung

- 15.1 Kann eine Werbesendung aus Gründen des Programms zum vorgesehenen Sende-termin nicht ausgestrahlt werden oder fällt sie infolge technischer Störung oder durch eine Betriebsunterbrechung aus anderen Gründen aus, so wird sie nach Möglichkeit vorverlegt oder nachgeholt. Zur Vorverlegung oder Nachholung der Werbesendung bedarf es der Zustimmung des Auftraggebers, es sei denn, es handelt

sich um eine unerhebliche Verschiebung. Die Verschiebung eines Hörfunkspots ist unerheblich, wenn sie innerhalb des gleichen redaktionellen Umfeldes erfolgt und sie nicht zu einer Ausstrahlung der Werbesendung von mehr als einer Stunde vor oder nach dem ursprünglich vorgesehenen Zeitpunkt führt. Konnte die erforderliche Zustimmung nicht eingeholt werden oder wurde sie nachträglich nicht erteilt, so kann der Auftraggeber im Rahmen der Verfügbarkeit eine Ersatzausstrahlung zu vergleichbaren Bedingungen verlangen. Ist diese nicht möglich, kann der Auftraggeber eine Minderung des Preises entsprechend dem Umfang der Schlecht- bzw. Minderleistung geltend machen. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

- 15.2 Die Auftragnehmerin hat das Entgelt zurückzuzahlen, wenn die Werbeeinschaltung durch Ausfall aller Sender des Westdeutschen Rundfunks für das 1., 2. oder 4. Hörfunkprogramm nicht ausgestrahlt worden ist, es sei denn, die Sendung dieser Werbeeinschaltung ist vorverlegt oder nachgeholt worden. Bei Ausfall eines Teils dieser Sender hat die Auftragnehmerin einen entsprechenden Teil des Entgeltes zu erstatten, wenn die Ausstrahlung mehr als 10% der angemeldeten Rundfunkempfänger nicht erreichen konnte. Der Auftraggeber kann hierüber hinaus, insbesondere bei einem Ausfall der Satelliten-Ausstrahlung, Ansprüche nicht geltend machen.

16. Verschiebung wegen Personenidentität

Im Interesse einer deutlichen Trennung von Werbung und Programm werden Werbespots zurückgewiesen, in denen festgestellte Hörfunkprogramm-Mitarbeiter des Westdeutschen Rundfunks Köln hörbar mitwirken. Die Auftragnehmerin behält sich zudem vor, die Ausstrahlung von Werbespots auf einen anderen Sendetag, nach Möglichkeit zur gleichwertigen Zeit, zu verlegen, wenn in den Werbespots im Rundfunk bekannte Personen mitwirken, die am selben Tag auch im 1., 2. oder 4. Hörfunkprogramm des Westdeutschen Rundfunks Köln zu hören sind. Dieser Grundsatz gilt nicht für die Darsteller von Nebenrollen. Ziffer 15 Abs. 1 Satz 2 findet keine Anwendung.

17. Bezugnahme in anderen Werbemitteln

Auf eine Werbeeinschaltung bei der Auftragnehmerin darf in anderen Werbemitteln nur dann Bezug genommen werden, wenn dabei klargestellt wird, dass es sich bei der Werbeeinschaltung nicht um eine Ausstrahlung im allgemeinen Hörfunkprogramm,

sondern um eine Ausstrahlung im Werbefunk handelt. Formulierungen, die die Werbesendungen mit dem Westdeutschen Rundfunk in Verbindung bringen, wie etwa „Der Westdeutsche Rundfunk sendet ...“, sind nicht gestattet.

18. Höhere Gewalt, Rücktritt des Auftraggebers

- 18.1 Im Fall höherer Gewalt kann jeder Vertragsteilnehmer mit sofortiger Wirkung vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, dass die Auftragnehmerin die Leistung bereits erbracht hat. Die Auftragnehmerin ist verpflichtet, dem Auftraggeber das auf die ausgefallene(n) Werbeeinschaltung(en) entfallende Entgelt zurückzuzahlen. Weiter gehende Ansprüche hat der Auftraggeber nicht. Zur höheren Gewalt gehören insbesondere Aufruhr, Feuer, Stromausfall, Hochwasser, Sturmschäden, Streik, Aussperrung, Schäden durch Bauarbeiten und ähnliche Ereignisse, die die Auftragnehmerin nicht zu vertreten hat.
- 18.2 In anderen Fällen muss ein Rücktrittersuchen des Auftraggebers spätestens 6 Wochen vor dem ersten Sendetermin der Termine, die lt. Rücktrittersuchen storniert werden sollen, schriftlich bei der Auftragnehmerin eingegangen sein. Bei Nichteinhaltung dieser Frist kann die Auftragnehmerin die Zustimmung zum Rücktritt verweigern, wenn ein Weiterverkauf der vertraglich vereinbarten Sendetermine an andere Auftraggeber nicht möglich ist.

19. Gutschrift

Stehen dem Auftraggeber Rückzahlungsansprüche zu, hat die Auftragnehmerin dem Auftraggeber eine entsprechende Gutschrift zu erteilen.

20. Haftung des Auftraggebers

Verletzt der Auftraggeber, der Werbungtreibende oder deren Erfüllungsgehilfe eine Vertragspflicht, so hat der Auftraggeber die Auftragnehmerin sowie den Westdeutschen Rundfunk von Ansprüchen Dritter freizustellen. Dies gilt auch für die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung.

21. Preisänderung

Änderungen der Einschaltpreise treten bei laufenden Aufträgen frühestens einen Monat nach ihrer Mitteilung an den Auftraggeber in Kraft. Der Auftraggeber kann in einem

solchen Fall zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Änderung vom Vertrag zurücktreten. Er muss dies der Auftragnehmerin unverzüglich, spätestens binnen 10 Tagen nach Bekanntgabe der Änderung, erklären.

22. Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht

- 22.1 Der Auftraggeber kann die Aufrechnung mit Gegenforderungen nur erklären, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen handelt.
- 22.2 Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten durch den Auftraggeber ist ausgeschlossen, sofern die Gegenansprüche aus einem anderen Vertragsverhältnis resultieren. Beruhen die Gegenansprüche auf demselben Vertragsverhältnis, ist die Geltendmachung des Zurückbehaltungsrechts nur zulässig, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Gegenansprüche handelt.

23. Gewährleistungsrechte/Haftung der wDR mediagroup

Bei einer Schlecht- bzw. Minderleistung der wDR mediagroup beschränken sich für den Fall, dass die wDR mediagroup 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. Eine Minderleistung liegt z. B. vor, wenn mehr als 10 % der technischen Reichweite, die für die IVW-Prüfung dokumentiert wurde, nicht erreicht wurden oder eine Ausstrahlung in verminderter Qualität erfolgte. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers verjähren nach 12 Monaten.

Weiter gehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere auf Schadensersatz statt der Leistung und auf Ersatz eines sonstigen unmittelbaren oder mittelbaren Schadens – einschließlich Begleit- oder Folgeschaden, gleichgültig aus welchem Rechtsgrund –, sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn

- a) die wDR mediagroup einen Rechts- oder Sachmangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für deren Abwesenheit oder die Beschaffenheit der Leistung übernommen hat;
- b) der Schaden auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der wDR mediagroup, eines ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder einer fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch die wDR mediagroup oder diese Personen beruht;
- c) eine schuldhafte Pflichtverletzung durch die wDR mediagroup, ihre gesetzlichen Ver-

treter oder Erfüllungsgehilfen zu einem Körper- oder Gesundheitsschaden geführt hat; d) nach dem Produkthaftungsgesetz gehaftet wird. Im Falle einfacher Fahrlässigkeit ist die Ersatzpflicht der wDR mediagroup jedoch der Höhe nach auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden beschränkt.

24. Vertraulichkeit

- 24.1 Beide Parteien sind verpflichtet, vertrauliche und schutzwürdige Angelegenheiten der anderen Partei, die ihnen 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 Auftrages 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.
- 24.2 Veröffentlichungen aller Art, die im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit stehen, sind generell nur mit vorheriger Zustimmung der anderen Partei erlaubt. Die Auftragnehmerin 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.

25. Erfüllungsort, Gerichtsstand

Wird der Auftrag von AS&S Radio bestätigt, ist Erfüllungsort und Gerichtsstand Frankfurt am Main. In allen anderen Fällen ist Erfüllungsort und Gerichtsstand Köln.

26. Salvatorische Klausel

- 26.1 Sollten einzelne Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, lässt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen unberührt.
- 26.2 Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sind, verpflichten sich die Parteien bereits jetzt, in Verhandlungen einzutreten, die zum Ziel haben, die unwirksamen Bestimmungen durch solche Klauseln zu ersetzen, die dem am nächsten kommen, was die Parteien mit den bisherigen Bestimmungen wirtschaftlich gewollt haben.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Sendestationen des WDR

	1 LIVE	WDR 2 Der Sender		WDR 4
Empfangsgebiete UKW	MHz	MHz	Regional aus	MHz
Aachen/Euregio	106,4	100,8	Aachen	93,9
Eifel	105,5	101,0	Aachen	104,4
Monschau	99,7	94,2	Aachen	91,9
Bergisches Land				
Oberbergischer Kreis	104,7	91,8	Wuppertal	103,8
Rheinisch-Bergischer Kreis	102,4	100,4	Köln	90,7
Remscheid	106,7	95,7	Wuppertal	101,3
Wuppertal	106,7	99,8	Wuppertal	101,3
Kölner Bucht	102,4	100,4	Köln	90,7
Köln	87,6	98,6	Köln	90,7
Nördlicher Erftkreis	106,4	88,4	Köln	93,9
Rhein-Ruhr	106,7	99,2	Düsseldorf/Essen	101,3
Kleve	103,7	93,3	Düsseldorf/Essen	101,7
Dortmund	106,7	87,8	Dortmund	101,3
Münsterland	107,9	94,1	Münster	100,0
Ibbenbüren	102,5	96,0	Münster	99,5
Ostwestfalen	105,5	93,2	Bielefeld	100,5
Bad Oeynhausen	107,7	99,1	Bielefeld	90,1
Höxter	107,3	96,4	Bielefeld	87,8
Lübbecke	93,6	96,0	Bielefeld	99,6
Warburg	98,2	91,8	Bielefeld	104,5
Sauerland	107,0	102,1	Siegen	104,1
Arnsberg	96,0	99,4	Siegen	91,7
Hallenberg	105,7	92,3	Siegen	96,1
Märkischer Kreis + Kreis Olpe	104,7	93,5	Siegen	103,8
Schmallenberg	100,1	93,8	Siegen	101,1
Siegerland	107,2	101,8	Siegen	100,7
Siegen	107,5	97,1	Siegen	101,2
Wittgensteiner Land	107,2	92,3	Siegen	100,7

Alle drei Sender können digital über den Satelliten ASTRA 1H, Transponder 93, 12,266 GHz, Polarisation horizontal empfangen werden. Darüber hinaus gibt es folgende weitere Empfangsmöglichkeiten:

	1LIVE
Satellit analog ASTRA 1C	Transponder 39, 11,053 GHz Polarisation horizontal (WDR Fernsehen) Tonunterträger 7,74/7,92 MHz in Europa
Satellit analog ASTRA 1C mit einem ADR ⁽¹⁾ -Satellitenempfänger	Transponder 39, 11,053 GHz Polarisation horizontal (WDR Fernsehen) Tonunterträger 6,12 MHz in Europa
Terrestrisch digital: DAB ⁽²⁾	Mit einem speziellen Empfänger in NRW
Internet-Livestream	www.1live.de
	WDR 2⁽³⁾
Satellit analog ASTRA 1C	Transponder 39, 11,053 GHz Polarisation horizontal (WDR Fernsehen) Tonunterträger 7,38/7,56 MHz in Europa
Satellit analog ASTRA 1C mit einem ADR ⁽¹⁾ -Satellitenempfänger	Transponder 39, 11,053 GHz Polarisation horizontal (WDR Fernsehen) Tonunterträger 6,30 MHz in Europa
Terrestrisch digital: DAB ⁽²⁾	Mit einem speziellen Empfänger in NRW und zusätzlich in Berlin
Internet-Livestream	www.wdr2.de
	WDR 4
Satellit analog ASTRA 1C	Transponder 36, 11,009 GHz Polarisation vertikal (Phoenix) Tonunterträger 7,74/7,92 MHz in Europa
Satellit analog ASTRA 1C mit einem ADR ⁽¹⁾ -Satellitenempfänger	Transponder 39, 11,053 GHz Polarisation horizontal (WDR Fernsehen) Tonunterträger 6,66 MHz in Europa
Internet-Livestream	www.wdr4.de

⁽¹⁾ ADR: ASTRA Digital Radio. ⁽²⁾ DAB: Digital Audio Broadcast. ⁽³⁾ WDR 2 ist zusätzlich über die Mittelwelle Bonn (774 kHz) und Langenberg (720 kHz) zu empfangen.




Verbreitung



Empfangsgebiete der UKW-Sender des WDR

Sender

1	Aachen-Stolberg
2	Bonn
3	Ederkopf
4	Eifel-Bärbelkreuz
5	Kleve
6	Langenberg
7	Münster
8	Nordhelle
9	Olsberg
10	Teutoburger Wald
11	Wittgenstein
12	Dortmund (nur WDR 2)
13	Hohe Warte (nur WDR 2)

-  Sendegebiet des WDR
-  Sendegebiet 100'5 Das Hitradio., für die deutschsprachige Euregio
-  Sendestation 100'5 Das Hitradio.

Stand: September 2009. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

**Sendestationen
des WDR**

Qualität jenseits der Norm: Off-Air-Sonderwerbformen!

Sonderwerbformen unterliegen einem hohen inhaltlichen Qualitätsanspruch. Voraussetzungen dafür sind:

- Marke, Produkt oder Event müssen zum Sender passen
- Relevanz für die Hörer der jeweiligen Welle für NRW bzw. Bezug zu relevanten Ereignissen (Wahl, Fußball-WM etc.)
- Eine gewisse Wertigkeit (auch ideelle Wertigkeit) des ausgelobten Gewinns, der zum Kooperationspartner passen sollte (z. B. sollte ein Autohersteller kein Handy verlosen)



1LIVE Krone. Ein Millionen-Event!

1LIVE Krone feiert 2009 ihr 10-jähriges

Anfang Dezember verleiht 1LIVE zum bereits 10. Mal den größten deutschen Radioaward. Im Rahmen einer großen Gala, zu der wir über 1.200 geladene Gäste erwarten, blicken die beliebtesten Künstler aus Popmusik und Comedy gemeinsam mit 1LIVE zurück auf das vergangene Jahr und werden mit der 1LIVE Krone gekürt. Die Preisverleihung mit zahlreichen Promis und hochkarätigen Live-Acts wird live in 1LIVE und auf www.1live.de sowie zeitversetzt im WDR Fernsehen übertragen, gefolgt von einem Live-Bericht von der After-Show-Party.

Mehr als eine Million Hörer im Online-Voting

Der Megaevent ist eng verzahnt mit dem Web. Auf www.1live.de werden die Nominierten für die 1LIVE Krone 2009 in sechs Kategorien vorgestellt, in denen die Hörer ihre Favoriten wählen können. Parallel sorgen Online-Features wie die „Kroneschau“, Blogs und diverse Backstage-Berichte für entsprechende Vorfreude.

Letztes Jahr stimmten über eine Million Hörer ab!

1LIVE Krone schlägt auch in der Presse Wellen. Von Bild bis Bunte berichteten 2008 mehr als 250 Printmedien über den Event, außerdem gab es 15 TV-Beiträge in allen großen TV-Boulevard-Magazinen. Erfolge, die diesem Event wahrlich die Krone aufsetzen. Daran können auch Sie als Sponsor partizipieren.



Hört, hört!

Ganz besondere Events!

Die WDR Sender stellen einiges auf die Beine, auch im Eventbereich. Von angesagten Szenepartys bis hin zu Großveranstaltungen gibt es zahlreiche Möglichkeiten, als Sponsoring-Partner von der besonderen Qualität unserer Veranstaltungen zu profitieren.

1LIVE Partyformate

„Klbbing-“, „Charts“- und „Liebesalarm-Partys“ begeistern bis zu 3.000 Besucher je Event. Mit dabei sind natürlich unsere aus dem Radioprogramm bekannten Moderatoren und DJs. Ihre Vorteile als Sponsor:

- **Direkter Kontakt mit einer klar definierten Zielgruppe, z. B. werden „Liebesalarm-Partys“ durchschnittlich zu 85 Prozent von Studenten besucht**
- **Platzierung einer individuellen Promotion, je nach Party mobil oder an einem Stand**
- **Außerdem Projektionen, Integration von Werbemitteln, Anzeigen etc.**

„WDR 2 Hausparty“

Das Besondere an diesem Event ist die Location. In Casinos, alten Industriehallen oder Eventvillen erwartet die Gäste ein Ambiente „wie zu Hause“, mit komplett eingerichtetem Wohnzimmer, Küche, Arbeitszimmer und vielem mehr. Zahlreiche Accessoires und eine



liebevolle Dekoration von der Foto-Pinnwand bis zur Snackschale erzeugen die Atmosphäre einer Privatparty. Gastgeber sind die WDR 2 Moderatoren, die jeden Gast persönlich begrüßen.

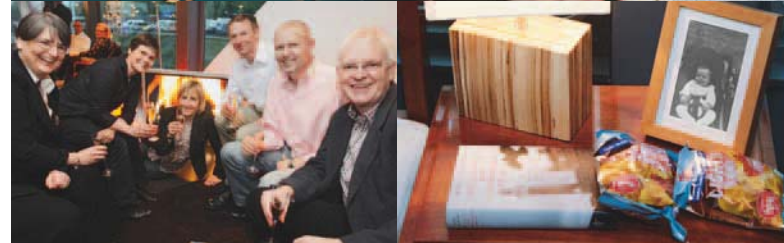
Ihre Vorteile als Sponsor:

- **Individuelle Präsentation (z. B. Platzierung von Snacks in Wohnbereichen, Kühltruhe mit Eis)**
- **Einrichtungssponsoring**
- **Gezielte Sampling-Möglichkeiten (bei Auslass)**

Weitere Aktionen: Sie können nur gewinnen!

„1LIVE Nordkirchen oder Südafrika“

1LIVE spielte insgesamt 62 Reisen nach Südafrika aus und stillte das Fernweh vieler. Manche hatten es nicht ganz so weit geschafft, freuten sich aber auch auf den „Sektorausflug“ nach Nordkirchen im Kreis Coesfeld. Partner waren South African Tourism und South African Airlines.



Sprechen Sie uns an!

Klaus Radek steht Ihnen für alle Fragen zu Sonderwerbeformen gerne zur Verfügung. Rufen Sie an unter **0221 2035-198** oder schicken Sie eine E-Mail an klaus.radek@wdr-mediagroup.com. Gerne schicken wir Ihnen weitere Informationen oder ein detailliertes Angebot.

Werbung im Fernsehen. Emotion pur!

Das Massenmedium mit besonderen Qualitäten

Was früher die Tageszeitung war, ist heute das TV. Mit dem Unterschied, dass es nicht nur täglich informiert, sondern auch unterhält und als audiovisuelles Medium emotional ist wie kein zweites Medium. Fernsehen wirkt multisensorisch, es spricht also mehrere Sinne gleichzeitig an und wird somit intensiver wahrgenommen. Ihr Vorteil: Werbebotschaften werden emotional aufgeladen, können besser abgespeichert und erinnert werden. Und was bewegte Bilder in Kombination mit emotionalem Audio bewirken, können Sie in einem einfachen Selbstversuch erleben: Schalten Sie bei einem Gruselfilm mal den Ton ab – Gänsehaut Fehlanzeige!

Gute Gründe für Fernseh-Werbung

TV ist emotional

Audiovisuelles Medium, das in Kopf, Bauch und Herz geht.

TV wirkt schnell

Schneller Aufbau von Werbedruck, Bekanntheit und Beliebtheit.

TV schafft Vertrauen

Realitätsnähe, hohe Glaubwürdigkeit, starke Identifikation.

TV ist direkt

Produktdemonstrationen können nachvollzogen werden.

TV öffnet Türen

Türöffner beim Handel, unterstützt die Listung.

TV ist punktgenau

Tagesaktueller Einsatz, parallel zu POS-Aktivitäten und Events.

TV gehört zum Alltag

Vorrangig ein Feierabendmedium.

TV bietet Planungssicherheit

Exakte Reichweitenmessung, optimale Media-Planung.

Der Weg ins TV!

1. Ein neues Produkt soll im Markt eingeführt werden
2. Der Hersteller beauftragt eine kompetente Werbeagentur, die für ihn ein kreatives TV-Konzept entwickelt
3. Für die Umsetzung wird ein Werbefilmer engagiert
4. Der fertige TV-Spot überzeugt den Auftraggeber
5. Daraufhin schaltet er eine Media-Agentur ein, die eine Media-Strategie erarbeitet und dann einen Media-Plan, passend zum Budget
6. Die Media-Agentur erteilt den Buchungsauftrag an den Vermarkter des TV-Senders und organisiert die Abstimmung der Ausstrahlungstermine
7. Die Werbeagentur schickt den Werbespot an den Vermarkter des TV-Senders
8. Dieser prüft, ob der Spot technisch und rechtlich okay ist
9. Dann schickt er den Werbespot an den gebuchten TV-Sender
10. Der TV-Spot läuft und erreicht die Zuschauer



Regionale TV-Werbung in NRW: natürlich im Ersten!

Das können nur wir: regionale TV-Werbung im Ersten

Das Erste macht es als einziger Sender in Deutschland möglich, regionale Werbung im hochwertigen nationalen Programmumfeld zu schalten. Wenn also ein Zuschauer in NRW Das Erste einschaltet, sieht er das Programm, das jeder in Deutschland sieht. Im Werbeblock laufen aber die Werbespots der nationalen und auch der regionalen Unternehmen gemeinsam. Hier mischen sich also regionale, nationale und internationale Marken. Diesen exklusiven Service gibt es im Ersten im Vorabendprogramm zwischen 17 und 20 Uhr.

Qualität. Zum Einschalten.

Das Programm-Umfeld ist entscheidend für die Wirkung Ihres Werbespots und das Erreichen Ihrer Zielgruppe. Klingt logisch, wird aber oft übersehen, wenn man nur die nackten Zahlen betrachtet. Gut, dass im ARD Vorabend die Reichweite und die Programmqualität stimmen. Serien, Quiz, Nachrichten, „Sportschau“ bilden den idealen Programm-Mix aus Unterhaltung und Information. Genau das Richtige für den Feierabend und das Wochenende.

Das Erste ist die erste Adresse für alle Serienliebhaber und Krimifans und bei den Zuschauern der Spitzenreiter im Bereich der Informationskompetenzen Nachrichten, Politik, Wirtschaft, Wetter und Sport. So lockt die „Sportschau“ jeden Samstag viele Millionen Zuschauer vor den Bildschirm.

Qualität in NRW: „Das Erste im Westen“

Regionale Werbung auf nationalem Niveau – das Angebot für NRW heißt „Das Erste im Westen“. Hier können sich auch regionale Unternehmen genau da profilieren, wo es am wichtigsten ist: in ihren Vertriebsgebieten. Und mit einem enormen Empfangspotenzial von 13,95 Millionen Erwachsenen (ab 14 Jahre*) ist regionale TV-Werbung in NRW perfekt, um Ihre Zielgruppen reichweitenstark und dennoch punktgenau zu erreichen.

*Quelle: AGF/GfK; PC#TV; Fernsehpanel D+EU; 01.07.2009.

Alle Vorteile auf Ihrer Seite

- **Regionale TV-Werbung im nationalen Umfeld**
- **Erstklassiges Programm**
- **Streuverlustminimierung durch punktgenaue Ansprache**
- **Abstimmung auf individuelle Distributionsstrukturen**
- **Kurze Werbeblöcke und eine hervorragende Werbeerinnerung**

Weitere Informationen? Gehen Sie online!

Auf www.daserste.de finden Sie alles zum Programm des Lieblingssenders der Deutschen. Umfangreiche Informationen zu erfolgreicher TV-Werbung in NRW erhalten Sie unter www.dasersteimwesten.de – einfach zum Download. Oder Sie schreiben uns eine E-Mail an info@wdr-mediagroup.com und wir schicken Ihnen gerne weitere Informationen zu.

Fazit

Das Erste ist der einzige Sender, der regionale Werbung in einem nationalen Qualitätsumfeld anbietet!

Das Lieblingsprogramm in Deutschland. Und in NRW.

„**Verbotene Liebe**“ ist die „Chanel-Seife der deutschen Soaps“ (Stern), ausgezeichnet mit der Rose d’Or als beste Daily Soap weltweit. Sie erzählt Geschichten vom Erwachen der ersten zärtlichen Gefühle und vom Scheitern der großen Liebe. Die beste Zeit für Liebe, Glück und Intrigen. **Montags bis freitags um 18.00 Uhr.**



„**Marienhof**“ zeigt nach einem explosiven Relaunch mit neuen Storys und auch neuen Gesichtern das Leben der Bewohner im Kölner Stadtviertel, den Alltag und den ganz normalen Wahnsinn. Mit aufreibenden und aufregenden Beziehungen, mit großen und kleinen Sorgen, existentiellen Konflikten, aber auch den kleinen Dingen, die das Leben ausmachen. **Montags bis freitags um 18.25 Uhr.**



„**Großstadtrevier**“ – die Kultserie vom Hamburger Kiez, Polizeikommissariat 14. Ausgezeichnet mit der Goldenen Kamera 2005 und dem Deutschen Fernsehpreis 2008 für Jan Fedder als besten Schauspieler. Freuen Sie sich auf weitere spannende Geschichten mit Hamburger Schnack. **Montags um 18.50 Uhr.**



„**Das Quiz mit Jörg Pilawa**“ – 300.000 Euro für zwölf richtige Antworten. Noch mehr Vergnügen bereitet aber der Quizmaster, der mit viel Witz und Charme durch das berühmte Quiz für Kandidatenpaare führt, das regelmäßig Millionen Zuschauer verfolgen. **Dienstags bis freitags um 19.20 Uhr.**



„**Das Wetter im Ersten**“ bietet weit mehr als nur Aussichten auf die nächsten Tage. Das Team um Jörg Kachelmann erstellt zuverlässige Prognosen, zeigt auch einen 15-Tage-Trend, unterhaltsam präsentiert, dargestellt an innovativen Wetterkarten. **Montags bis freitags um 19.50 Uhr.**



Die „**Sportschau**“ im Ersten ist das Original aller Sportsendungen, das Flaggschiff des ARD Sports. Reinhold Beckmann und Gerhard Delling begeistern **samstags** mit König Fußball: **ab 18 Uhr mit den Top-Spielen der 3. Liga, ab 18.30 Uhr mit der Bundesliga.**



Das Erste® IM WESTEN Programmschema regionale Werbeblöcke

	Mo	Di-Fr	Ø-Preise 30 Sek. in Euro	
17.15	„Brisant“			
17.55	Werbeblock	01 05 17 10	4.140	PG05
18.00	„Verbotene Liebe“			
18.21	Split Screen	78 13 18 16	8.910	PG13
18.22	Werbeblock	01 10 18 20	7.410	PG10
18.25	„Marienhof“			
18.47	Split Screen	78 14 18 26	9.480	PG14
18.48	Werbeblock	01 09 18 30	7.110	PG09
18.50	„Großstadtrevier“, 1. Teil	Serie*		
19.17	Werbeblock	01 11 19 40	7.920	PG11
19.20	„Großstadtrevier“, 2. Teil	„Das Quiz“		
19.43		78 12 19 41**	8.100	PG12
19.45		„Wissen vor 8“		
19.46	Werbeblock	01 08 19 50	6.750	PG08
19.50	„Das Wetter im Ersten“			

	Sa ohne Bundesliga	Ø-Preise 30 Sek. in Euro		
17.30	„Brisant“			
17.47	Werbeblock	01 03 17 10	3.120	PG03
17.50	„Tagesschau“			
17.55	Werbeblock	11 02 17 20	3.060	PG02
18.00	„Sportschau“			
18.52	Werbeblock	01 01 18 30	2.850	PG01
18.55	Serie*, 1. Teil			
19.22	Werbeblock	01 04 19 40	3.900	PG04
19.25	Serie*, 2. Teil			
19.50	„Das Wetter im Ersten“			
19.53	Werbeblock	01 07 19 55	6.150	PG07
19.57	„Glücksspirale“			

	Sa mit Bundesliga	Ø-Preise 30 Sek. in Euro		
17.50	„Tagesschau“			
17.55	Werbeblock	21 06 17 27	5.370	PG06
18.00	„Sportschau“			
18.24	Werbeblock	21 15 18 90	11.220	PG15
18.30	„Sportschau“			

Werbecode:
00 00 00 00



* Aktuelle Serieninformationen finden Sie im Internet auf der Seite www.ard-werbung.de.

** Split Screen.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Die angegebenen Sendezeiten können variieren.

Das Erste® IM WESTEN 30 Sekunden

Preisgruppe (PG)	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø Jahr
	Alle Preise in Euro												
01	2.430	2.700	3.420	3.270	3.000	2.430	1.710	1.860	3.120	3.570	3.570	3.120	2.850
02	2.610	2.910	3.660	3.510	3.210	2.610	1.830	1.980	3.360	3.840	3.840	3.360	3.060
03	2.640	2.970	3.780	3.600	3.270	2.640	1.860	2.040	3.420	3.900	3.900	3.420	3.120
04	3.330	3.720	4.680	4.500	4.050	3.330	2.340	2.490	4.290	4.890	4.890	4.290	3.900
05	3.480	3.930	4.980	4.770	4.350	3.480	2.490	2.700	4.560	5.190	5.190	4.560	4.140
06	4.020	5.910	6.450	6.180	6.180	3.480	3.480	3.750	5.370	6.720	6.720	6.180	5.370
07	5.220	5.850	7.380	7.080	6.450	5.220	3.690	3.990	6.780	7.680	7.680	6.780	6.150
08	5.730	6.420	8.100	7.770	7.080	5.730	4.050	4.380	7.440	8.430	8.430	7.440	6.750
09	6.030	6.750	8.520	8.220	7.470	6.030	4.260	4.620	7.830	8.880	8.880	7.830	7.110
10	6.300	7.050	8.880	8.520	7.770	6.300	4.440	4.800	8.160	9.270	9.270	8.160	7.410
11	6.720	7.530	9.540	9.120	8.310	6.720	4.740	5.160	8.700	9.900	9.900	8.700	7.920
12	6.870	7.710	9.720	9.330	8.520	6.870	4.860	5.280	8.910	10.110	10.110	8.910	8.100
13	7.560	8.460	10.680	10.260	9.360	7.560	5.340	5.820	9.810	11.130	11.130	9.810	8.910
14	8.070	9.000	11.370	10.890	9.960	8.070	5.670	6.150	10.440	11.850	11.850	10.440	9.480
15	8.430	12.330	13.470	12.900	12.900	7.290	7.290	7.830	11.220	14.040	14.040	12.900	11.220

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Brutto-Umsatz ab Euro

75.000	150.000	250.000	400.000	600.000	800.000	1.050.000	1.300.000	1.550.000	1.800.000	2.050.000	2.300.000
1,0%	2,0%	3,5%	5,0%	6,5%	8,0%	10,0%	12,0%	14,0%	16,0%	18,0%	20,0%

Rabattsatz

Das Erste im Westen
Preise 30 Sek. und Rabatte

Das Erste® IM WESTEN Programmschema regionale Werbeblöcke

	Mo	Di-Fr	Ø-Preise 1 Sek. in Euro	
17.15	„Brisant“			
17.55	Werbeblock	01 05 17 10	138	PG05
18.00	„Verbotene Liebe“			
18.21	Split Screen	78 13 18 16	297	PG13
18.22	Werbeblock	01 10 18 20	247	PG10
18.25	„Marienhof“			
18.47	Split Screen	78 14 18 26	316	PG14
18.48	Werbeblock	01 09 18 30	237	PG09
18.50	„Großstadtrevier“, 1. Teil	Serie*		
19.17	Werbeblock	01 11 19 40	264	PG11
19.20	„Großstadtrevier“, 2. Teil	„Das Quiz“		
19.43		78 12 19 41**	270	PG12
19.45		„Wissen vor 8“		
19.46	Werbeblock	01 08 19 50	225	PG08
19.50	„Das Wetter im Ersten“			

	Sa ohne Bundesliga	Ø-Preise 1 Sek. in Euro	
17.30	„Brisant“		
17.47	Werbeblock	01 03 17 10	104 PG03
17.50	„Tagesschau“		
17.55	Werbeblock	11 02 17 20	102 PG02
18.00	„Sportschau“		
18.52	Werbeblock	01 01 18 30	95 PG01
18.55	Serie*, 1. Teil		
19.22	Werbeblock	01 04 19 40	130 PG04
19.25	Serie*, 2. Teil		
19.50	„Das Wetter im Ersten“		
19.53	Werbeblock	01 07 19 55	205 PG07
19.57	„Glücksspirale“		

	Sa mit Bundesliga	Ø-Preise 1 Sek. in Euro
17.50	„Tagesschau“	
17.55	Werbeblock	21 06 17 27 179 PG06
18.00	„Sportschau“	
18.24	Werbeblock	21 15 18 90 374 PG15
18.30	„Sportschau“	

Werbecode:
00 00 00 00



* Aktuelle Serieninformationen finden Sie im Internet auf der Seite www.ard-werbung.de.

** Split Screen.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Die angegebenen Sendezeiten können variieren.

Das Erste® IM WESTEN 1 Sekunde

Preisgruppe (PG)	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Ø Jahr
	Alle Preise in Euro												
01	81	90	114	109	100	81	57	62	104	119	119	104	95
02	87	97	122	117	107	87	61	66	112	128	128	112	102
03	88	99	126	120	109	88	62	68	114	130	130	114	104
04	111	124	156	150	135	111	78	83	143	163	163	143	130
05	116	131	166	159	145	116	83	90	152	173	173	152	138
06	134	197	215	206	206	116	116	125	179	224	224	206	179
07	174	195	246	236	215	174	123	133	226	256	256	226	205
08	191	214	270	259	236	191	135	146	248	281	281	248	225
09	201	225	284	274	249	201	142	154	261	296	296	261	237
10	210	235	296	284	259	210	148	160	272	309	309	272	247
11	224	251	318	304	277	224	158	172	290	330	330	290	264
12	229	257	324	311	284	229	162	176	297	337	337	297	270
13	252	282	356	342	312	252	178	194	327	371	371	327	297
14	269	300	379	363	332	269	189	205	348	395	395	348	316
15	281	411	449	430	430	243	243	261	374	468	468	430	374

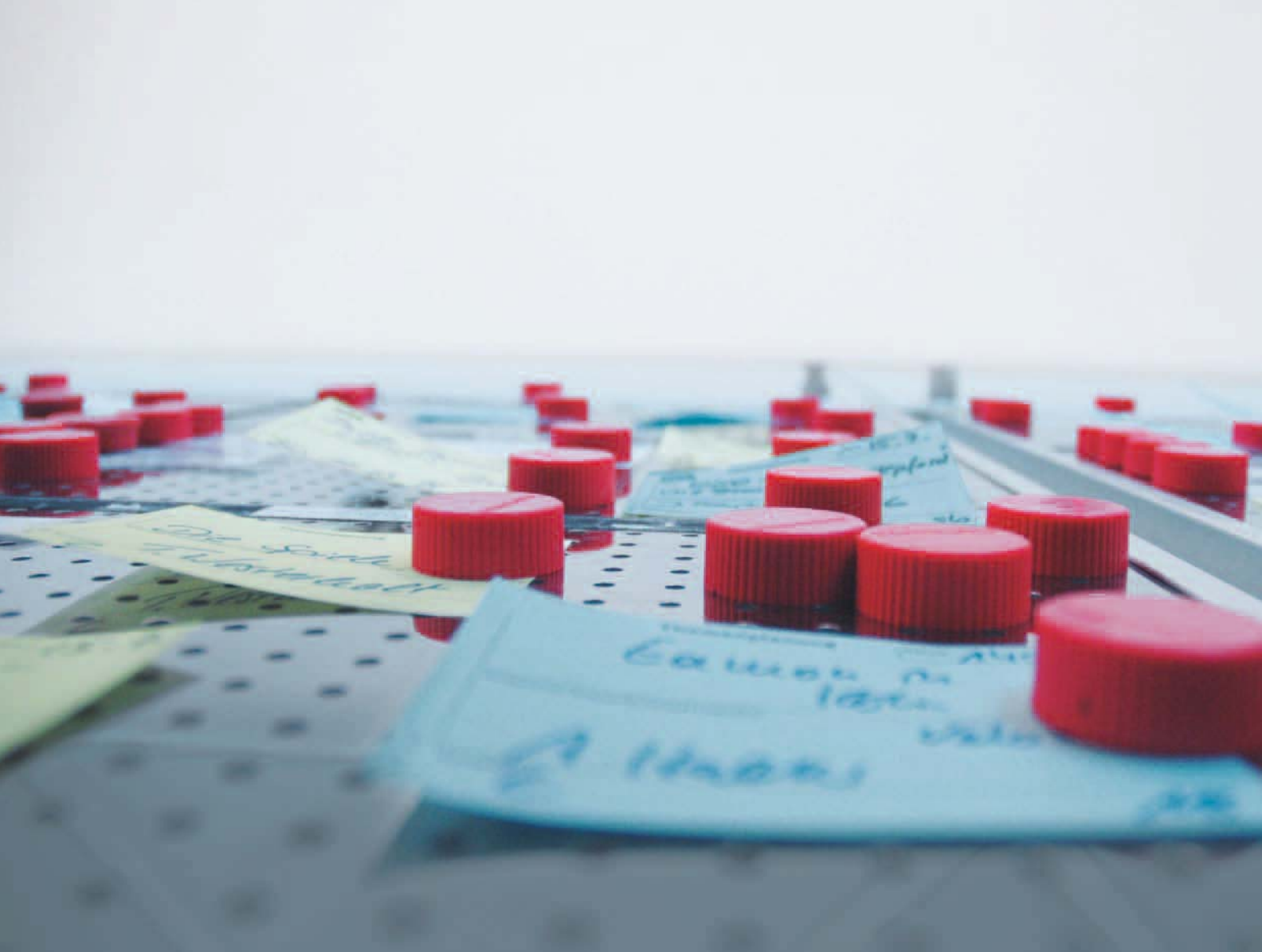
Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Brutto-Umsatz ab Euro

75.000	150.000	250.000	400.000	600.000	800.000	1.050.000	1.300.000	1.550.000	1.800.000	2.050.000	2.300.000
1,0%	2,0%	3,5%	5,0%	6,5%	8,0%	10,0%	12,0%	14,0%	16,0%	18,0%	20,0%

Rabattsatz

Das Erste im Westen
Preise 1 Sek. und Rabatte



Auftragsabwicklung

Auftragsannahme

Die WDR mediagroup GmbH (nachfolgend WDR mediagroup genannt) hat die in der ARD-Werbung zusammengeschlossenen Werbegesellschaften (ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, nachfolgend AS&S genannt) beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeit Aufträge für Werbung im Fernsehen, die in der hierfür vorgesehenen Sendezeit über die vom Westdeutschen Rundfunk Köln (WDR) für das Erste Fernsehprogramm betriebenen Fernsehsender ausgestrahlt wird, entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der WDR mediagroup auszuführen.

Die WDR mediagroup behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen.

Berechnung

Die Einschaltungen werden nur mit den gebuchten Zeiteinheiten, mindestens aber mit 10 Sekunden abgerechnet. Einschaltungen mit einer Sendedauer von mehr als 60 Sekunden bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Die Berechnung erfolgt durch AS&S, wenn der Auftrag durch AS&S bestätigt wurde, in allen anderen Fällen durch die WDR mediagroup.

Preisangaben

Soweit keine andere Währung ausdrücklich genannt ist, verstehen sich alle Preise in Euro, zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gültigen Umsatzsteuer.

Rabatte

Bei Abnahme der nachstehenden Brutto-Umsatzerlöse (ausschließlich Umsatzsteuer) für Werbeeinschaltungen von ein und demselben Werbungtreibenden innerhalb des Vertragsjahres (= Kalenderjahr) werden entsprechende Rabatte gewährt. Brutto-Umsatzerlöse aus der regionalen TV-Werbung bei der WDR mediagroup sowie der ARD-Werbung TV National werden zur Rabattierung nicht zusammengefasst. Bei Aufträgen ein und desselben Werbungtreibenden für regionale TV-Werbeeinschaltungen bei der WDR mediagroup und für ARD-Werbung TV National wird der für die nationalen Buchungen maßgebliche Rabattsatz gewährt, wenn dieser für den

Werbungtreibenden bei seiner regionalen Buchung günstiger ist.

Eine Rabattzusammenfassung bei Aufträgen verschiedener Unternehmen erfolgt nur, wenn AS&S oder der WDR mediagroup

- a) eine aktuelle Bescheinigung der zuständigen Finanzbehörde über die steuerliche Organschaft vorliegt oder
- b) eine aktuelle Bescheinigung eines öffentlich bestellten Wirtschaftsprüfers darüber vorliegt, dass zwischen den in Betracht kommenden Unternehmen eine Beziehung im Sinne des § 290 Abs. 1, Abs. 2 HGB besteht bzw. sie einen Gleichordnungskonzern bilden. Dabei sind die Rechtsform sowie der Sitz (In- oder Ausland) der beteiligten Unternehmen ohne Bedeutung.

Änderungen der Organschaft im Vertragsjahr werden bei der Rabattierung berücksichtigt.

Agenturvergütungen

Werden AS&S oder der WDR mediagroup Aufträge für Werbesendungen von Werbeagenturen oder Werbemittlern erteilt, erhalten diese, sofern sie ihre Auftraggeber werblich beraten und entsprechende Dienstleistungen der Auftragnehmerin nachweisen können, soweit branchenüblich, eine Agenturvergütung in Höhe von 15 % der um etwa gewährte Rabatte gekürzten Brutto-Einschaltpreise (ausschließlich Umsatzsteuer).

Zahlungsbedingungen

- a) Für die in **laufender Geschäftsbeziehung** stehenden Vertragspartner werden die Einschaltungen im Regelfall jeweils im Monat vor der Ausstrahlung mit Rechnungsdatum vom 5. des Ausstrahlungsmonats berechnet. Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen werden 2% Skonto gewährt. Die Rechnungen sind spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig. Bei Berechnung mit Rechnungsdatum nach dem 5. des Ausstrahlungsmonats gelten die Zahlungsziele analog. Die WDR mediagroup behält sich das Recht vor, auch bei Vertragspartnern, die in laufender Geschäftsbeziehung mit der WDR mediagroup stehen, die unter Punkt b) genannten Zahlungsbedingungen anzuwenden.

Die Vertragspartner haben die Möglichkeit, der WDR mediagroup einen Abbuchungsauftrag zu erteilen. In diesem Fall werden die Abbuchungen durch die WDR mediagroup unter Wahrung der Skontofrist und Abzug des Skontobetrages vorgenommen. Die Erteilung des Abbuchungsauftrages wird zwischen der WDR mediagroup und dem Vertragspartner gesondert vereinbart.

- b) **Erstmalige Vertragspartner sowie Kunden mit Sitz im Ausland** zahlen vor Beginn der ersten Ausstrahlung. Der Zahlungseingang muss 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 in Abs. 1 genannten Vorauskasse spätestens nach 25 Tagen ab Rechnungsdatum rein netto, ohne Abzug, fällig. Bei Zahlungseingang innerhalb von 10 Tagen ab Rechnungsdatum werden 2% Skonto gewährt.

Wurde die Rechnung von AS&S erstellt, gilt als Tag der Zahlung bei Übersendung von Verrechnungsschecks der Tag des Eingangs bei AS&S, bei Überweisungen der Tag, an dem der Betrag auf dem nachstehenden Konto bei AS&S gutgeschrieben wird:

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH

Dresdner Bank AG, Konto 230 024 200 (BLZ 500 800 00)

Wurde die Rechnung von der WDR mediagroup erstellt, gilt als Tag der Zahlung bei Übersendung von Verrechnungsschecks der Tag des Eingangs bei der WDR mediagroup, bei Überweisungen der Tag, an dem der Betrag auf dem nachstehenden Konto bei der WDR mediagroup gutgeschrieben wird:

WDR mediagroup GmbH

SEB Bank AG Köln, Konto 1 097 440 200 (BLZ 370 101 11)

Ist die Rechnung nicht termingerecht beglichen, so sind AS&S und die WDR mediagroup berechtigt, die Ausführung des Auftrages bis zum Zahlungseingang zu unterlassen oder vom restlichen Auftrag zurückzutreten, ohne dass daraus ein Ersatzanspruch des Auftraggebers abgeleitet werden kann. Der Auftraggeber haftet der WDR mediagroup für den entstandenen Schaden.

Sendeunterlagen

Die vom Auftraggeber kostenlos zur Verfügung zu stellenden Sendeunterlagen, insbesondere Einschaltpläne sowie Bild- und Tonträger, müssen der WDR mediagroup mindestens 10 Werktage vor der Sendung vorliegen. Die Videobänder sind den ARD Produktionsrichtlinien entsprechend herzustellen und zu konfektionieren sowie mit den Inhalt eindeutig beschreibenden MAZ-Karten anzuliefern. Später eingehende Sendeunterlagen kann die WDR mediagroup ohne Angabe von Gründen zurückweisen. Ziffer 13 der allgemeinen Geschäftsbedingungen der WDR mediagroup bleibt unberührt.

Technische Beschaffenheit der Sendekopien

Format der Bänder	Betacam-SP oder Digital-Betacam PAL 625/50 Bildformat: 16:9 – anamorphotisch
Audio	Mono oder Stereo, CH1 und CH2
Techn. Vorspann	1. Farbbalken: Video: 100% (0,7 v), Chroma: 75% (0,625 v) Audio: 1 kHz/-9 dB; 2. Black 0%, Silent kleiner -50 dB
Programm	Video: bis max. 100% (0,7 v) Chroma: bis max. 100% (0,7 v) Audio: bis max. 0 dB
Time-Code	LTC oder LTC + VITC
Noise-Reduction	Dolby C

Nach vorheriger telefonischer Absprache mit der WDR mediagroup, Video- & Audiotechnik, Telefon 0221 2035-249, ist eine Zuspielung des Sendematerials per ATM-Wählverbindung oder FTP-Upload möglich.

Gestaltungskosten für Sendeunterlagen

Die Gestaltungskosten für Werbeeinschaltungen (Bild und Ton) gehen ausschließlich zu Lasten 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 schriftlich geltend gemacht werden. Ansonsten werden die Sendekopien entsorgt.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Vertragsschluss

Die wdr mediagroup GmbH (nachfolgend wdr mediagroup genannt) hat die in der ARD-Werbung zusammengeschlossenen Werbegesellschaften (ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, nachfolgend AS&S genannt) beauftragt, im Rahmen der verfügbaren Sendezeit Aufträge für Werbung im Fernsehen, die in der hierfür vorgesehenen Sendezeit über die vom Westdeutschen Rundfunk Köln (wdr) für das Erste Fernsehprogramm betriebenen Fernsehsender und zusätzlich über den Satelliten ASTRA 1B ausgestrahlt wird, entgegenzunehmen und namens und für Rechnung der wdr mediagroup auszuführen. Die wdr mediagroup behält sich vor, entsprechende Aufträge auch selbst entgegenzunehmen und auszuführen. AS&S und die wdr mediagroup (nachfolgend Auftragnehmerin genannt) verpflichten sich zur ordnungsgemäßen Ausführung der jeweils von ihnen schriftlich bestätigten Aufträge nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen.

2. Einhaltung gesetzlicher Regelungen

Die Werbeeinschaltungen müssen dem Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln (wdr Gesetz) und den vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW bzw. vom Deutschen Werberat anerkannten Verhaltensregeln entsprechen. Ferner müssen sie – jeweils in der gültigen Fassung – dem Rundfunkstaatsvertrag in den einschlägigen Rundfunkgesetzen und Staatsverträgen der Länder entsprechen, in denen die Ausstrahlung der Spots erfolgt bzw. in denen die Sender ihren jeweiligen Sitz haben. Werbung für politische Zwecke jeder Art, für religiöse Auffassungen und weltanschauliche Überzeugungen ist ausgeschlossen. Dies gilt auch für die Verwendung entsprechender Aussagen in der Werbung. Nach dem in Deutschland gültigen Rundfunkstaatsvertrag in der Fassung vom 1. April 2005 gilt (§ 7 Abs. 7 StV): „In der Fernsehwerbung dürfen keine Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.“

3. Einheitlicher Auftrag

Für ein zu bewerbendes Produkt oder eine zu bewerbende Leistung wird nur ein einheitlicher Auftrag, in dem der Werbungtreibende genau zu bezeichnen ist, angenommen.

4. Einschaltung von Werbeagenturen

Aufträge erteilt eine Werbeagentur auf eigenen Namen und auf eigene Rechnung. Aufträge von Werbeagenturen werden nur angenommen, wenn der Werbungtreibende namentlich bezeichnet ist. Wenn die eingeschaltete Werbeagentur einwilligt, kann mit Zustimmung der wdr mediagroup während der Abwicklung des Auftrages eine andere Werbeagentur an ihre Stelle treten.

5. Schriftform

Der Vertrag über die Annahme eines erteilten Auftrages bedarf der Schriftform oder der elektronischen Bestätigung. Neben- und Änderungsabreden bedürfen der gleichen Form.

6. Ablehnungsvorbehalt

Die Auftragnehmerin behält sich vor, Aufträge abzulehnen. Auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen behält sich die Auftragnehmerin vor, Sendeunterlagen wegen ihrer Herkunft, wegen ihres Inhalts oder ihrer technischen Form zurückzuweisen. Eine Ablehnung ist insbesondere dann möglich, wenn der Inhalt des Spots gegen rechtliche Bestimmungen oder die Interessen des Rundfunkveranstalters verstößt. Für diese Entscheidungen gelten einheitliche Grundsätze. Der Auftraggeber ist unverzüglich zu benachrichtigen. Die Gründe der Ablehnung werden dem Auftraggeber mitgeteilt.

7. Preise, Rabatte, Abrechnung

7.1 Die Auftragnehmerin berechnet und gewährt nur die in der jeweils gültigen Preisliste genannten Preise, Rabatte, Agenturvergütungen und Skonti. Die Rabatte werden bei Rechnungserteilung aufgrund des für ein Vertragsjahr disponierten oder vereinbarten Brutto-Auftragswertes (ohne Umsatzsteuer) der Werbeeinschaltungen gewährt. Sie sind spätestens zum Ende des Vertragsjahres entsprechend den tatsächlich abgewickelten Brutto-Umsatzerlösen rückwirkend abzurechnen. Für die Preisberechnung einer Werbeschaltung wird die Laufzeit der Filmkopien nach deren tatsächlicher Länge bemessen. Grundlage für die Berechnung der Länge einer Einschaltung sind das erste und letzte wahrnehmbare Ton- oder Bildsignal. Sonderwerbformen (Special Ads) werden im Gesamtumsatz für die Rabattierung

nicht berücksichtigt. Die Preise werden hierfür vielmehr gesondert vereinbart.

- 7.2 Sämtliche vereinbarten Konditionen (inkl. Preisnachlässe, Rabatte, Skonti etc.) gelten unmittelbar gegenüber dem Auftraggeber.
- 7.3 Die wdr mediagroup behält sich vor, Aufschläge für Eckplatzierungen zu berechnen. Diese werden im Vorfeld schriftlich und eindeutig kommuniziert.

8. Weitergabe an Dritte

Eine Weitergabe der gebuchten Werbeeinschaltungen an Dritte ist untersagt.

9. Verbundwerbung

Verbundwerbung bedarf in jedem Einzelfall der Einwilligung durch die Auftragnehmerin.

10. Vertragsjahr

Aufträge werden ausschließlich innerhalb eines Kalenderjahres abgewickelt. Vertragsjahr ist das Kalenderjahr.

11. Verantwortung für Inhalte

Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für den Inhalt der der Auftragnehmerin zur Verfügung gestellten Ton- und Bildträger. Er haftet für deren rechtliche Zulässigkeit und stellt die wdr mediagroup von Ansprüchen Dritter frei.

12. Nutzungsrechte

- 12.1 Der Auftraggeber garantiert, dass der Auftragnehmerin für Werbeeinschaltungen nur solche Sendeunterlagen, insbesondere Bild- und Tonträger, übersandt werden, für die er sämtliche zur Verwertung im TV erforderlichen Nutzungs- und Leistungsschutzrechte erworben und abgegolten hat, auch soweit für die Herstellung der Sendeunterlagen Industrieträger (Industrieschallplatten und -bänder) verwendet worden sind. Ausgenommen hiervon sind die Sende- und für die Herstellung des Sendebandes erforderlichen Vervielfältigungsrechte an Musikwerken des GEMA-Repertoires, die von der Auftragnehmerin durch ihre Verträge mit der GEMA erworben und abgegolten werden.
- 12.2 Der Auftraggeber überträgt an die Auftragnehmerin das Nutzungsrecht an den überlassenen Sendeunterlagen, und zwar zeitlich, örtlich und inhaltlich in dem

für die Durchführung des Auftrages erforderlichen Umfang sowie zur Erfüllung der Verpflichtung der Auftragnehmerin nach § 12 wdr Gesetz. Das Nutzungsrecht wird in allen Fällen örtlich unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie aller bekannten Formen des TV. Davon erfasst ist auch das Recht zur gleichzeitigen, unveränderten Verwertung in Onlinemedien aller Art, einschließlich Internet, d. h. das Recht, den Spot an eine Vielzahl potenzieller Nutzer mittels analoger, digitaler oder anderweitiger Speicher- bzw. Datenübertragungstechniken über elektromagnetische Wellen durch Leitungsnetze jedweder Art oder Funk derart zu senden, dass diese den Spot parallel zu allen anderen Formen des TV über Onlinemedien (z. B. Internet) empfangen und wiedergeben können, gleichgültig welches Empfangsgerät hierzu zum Einsatz kommt (Simulcast).

- 12.3 In der Rechteübertragung ist auch das Recht der Auftragnehmerin enthalten, für denjenigen, der im Einklang mit § 12 Abs. 2 wdr Gesetz schriftlich glaubhaft macht, in seinen Rechten betroffen zu sein, einen Mitschnitt zu fertigen und ihm diesen Mitschnitt auszuhändigen. Die Auftragnehmerin ist nicht dazu verpflichtet, die Rechtmäßigkeit der Nutzung zu überprüfen. Ebenso ist die Auftragnehmerin berechtigt, für dritte Auftraggeber einen Mitschnitt des gesamten Werbeblockes zu Anhörzwecken/Ansichtszwecken zu fertigen, in dem neben dem Werbespot des dritten Auftraggebers auch der Werbespot des Auftraggebers im Ganzen oder in Teilen enthalten sein kann. Die Auftragnehmerin wird in Zusammenhang mit der Überlassung des Mitschnitts an dritte Auftraggeber darauf hinweisen, dass eine darüber hinausgehende Nutzung nicht erlaubt ist. Sollte die Auftragnehmerin aufgrund der Nutzung der zur Verfügung gestellten Tonträger von Dritten in Anspruch genommen werden, so stellt der Auftraggeber die Auftragnehmerin von allen in diesem Zusammenhang entstehenden Schäden und Kosten frei.

13. Einreichung der Sendeunterlagen

- 13.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich, die Unterlagen für die jeweilige Sendung der Auftragnehmerin spätestens bis zu dem in der Preisliste bestimmten oder besonders vereinbarten Annahmetermin einzureichen, mindestens jedoch 10 Arbeitstage vor der Ausstrahlung. Werden Sendeunterlagen nicht rechtzeitig oder in technisch un-

zureichender Form geliefert oder gemäß Ziffer 6 der allgemeinen Geschäftsbedingungen abgelehnt und kann aus diesen Gründen die Sendung nicht ausgestrahlt werden, so bleibt der Auftraggeber zur Bezahlung der vereinbarten Sendezeit verpflichtet. Die Auftragnehmerin ist in diesem Fall jedoch verpflichtet, dem Auftraggeber nach Möglichkeit einen Ersatztermin anzubieten. Erfolgte die Zurückweisung eines Spots aus Gründen, die der Rundfunkveranstalter bzw. die Vermarktungsgesellschaft zu vertreten hat, so kann der Auftraggeber vom Vertrag zurücktreten. Bei Verlust oder Beschädigung der der Auftragnehmerin übersandten Sendeunterlagen beschränkt sich die Haftung der Auftragnehmerin auf den Ersatz der Kosten für das Ziehen einer neuen Kopie.

- 13.2 Der Auftraggeber ist verpflichtet, der Auftragnehmerin die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben, insbesondere Produzent, Komponist, Titel und Länge der verwendeten Musik, zusammen mit den Einschaltplänen mitzuteilen. Spätestens bei Übersendung der Einschaltpläne hat der Auftraggeber ausdrücklich zu erklären, ob bei der Herstellung von Sendeunterlagen Industriechallplatten oder -bänder verwendet worden sind. In diesem Fall verpflichtet sich der Auftraggeber, neben den vorstehenden genannten Daten den Namen des Labels, den Labelcode, den Titel des Tonträgers sowie die Tonträgernummer aufzuführen. Wird eine diesbezügliche Erklärung nicht eingereicht, versichert damit der Auftraggeber, dass bei der Herstellung der Sendeunterlagen Industrieträger nicht verwendet worden sind.

14. Einhaltung der Sendezeiten

Die Auftragnehmerin bemüht sich, vereinbarte Sendezeiten nach Möglichkeit einzuhalten. Die Sendung der Werbespots zu einem bestimmten Zeitpunkt, in bestimmter Reihenfolge, in Verbindung mit einem bestimmten Rahmenprogramm oder unter Beachtung des so genannten Konkurrenzausschlusses wird im Regelfall nicht zugesichert. Ziffer 7 Abs. 2 bleibt unberührt.

15. Verschiebung der Werbeausstrahlung

- 15.1 Kann eine Werbesendung aus Gründen des Programms zum vorgesehenen Sendezeitpunkt nicht ausgestrahlt werden oder fällt sie infolge technischer Störung oder durch eine Betriebsunterbrechung aus anderen Gründen aus, so wird sie nach Mög-

lichkeit vorverlegt oder nachgeholt. Zur Vorverlegung oder Nachholung der Werbesendung bedarf es der Zustimmung des Auftraggebers, es sei denn, es handelt sich um eine unerhebliche Verschiebung. Die Verschiebung eines Fernsehspots ist unerheblich, wenn sie innerhalb des gleichen redaktionellen Umfeldes erfolgt und sie nicht zu einer Ausstrahlung der Werbesendung von mehr als 15 Minuten vor oder nach dem ursprünglich vorgesehenen Zeitpunkt führt. Konnte die erforderliche Zustimmung nicht eingeholt werden oder wurde sie nachträglich nicht erteilt, so kann der Auftraggeber im Rahmen der Verfügbarkeit eine Ersatzausstrahlung zu vergleichbaren Bedingungen verlangen. Ist diese nicht möglich, kann der Auftraggeber eine Minderung des Preises entsprechend dem Umfang der Schlecht- bzw. Minderleistung geltend machen. Weiter gehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

- 15.2 Die Auftragnehmerin hat das Entgelt zurückzuzahlen, wenn die Werbeeinschaltung durch Ausfall aller Sender des Westdeutschen Rundfunks (Erstes Fernsehprogramm) nicht ausgestrahlt worden ist, es sei denn, die Sendung dieser Werbeeinschaltung ist vorverlegt oder nachgeholt worden. Bei Ausfall eines Teils dieser Sender hat die Auftragnehmerin einen entsprechenden Teil des Entgeltes zu erstatten, wenn die Ausstrahlung mehr als 10% der angemeldeten Fernsehempfänger nicht erreichen konnte. Der Auftraggeber kann hierüber hinaus, insbesondere bei einem Ausfall der Satelliten-Ausstrahlung, Ansprüche nicht geltend machen. Die Einspeisung der regional passenden Fernsehsignale ins deutsche Kabelnetz obliegt den jeweiligen Kabelnetzbetreibern. Eine Haftung der WDR mediagroup ist insoweit ausgeschlossen.

16. Verschiebung wegen Personenidentität

Die Auftragnehmerin behält sich vor, die Ausstrahlung von Werbespots auf einen anderen Sendetag, nach Möglichkeit zur gleichwertigen Zeit, zu verlegen, wenn in den Werbespots fernsehbekannte Personen mitwirken, die am selben Tag im Ersten Deutschen Fernsehprogramm auftreten. Dieser Grundsatz gilt nicht für die Darsteller von Nebenrollen. Ziffer 15 Abs. 1 Satz 2 findet keine Anwendung.

17. Ausstrahlung von Split-Screen-Werbung

Um einen harmonischen Übergang vom Programmelement zur Werbung und umgekehrt zu erreichen, ist die Auftragnehmerin berechtigt, den Werbespot um ca. 1% der Gesamt-

länge ein- bzw. auszublenden.

18. Bezugnahme in anderen Werbemitteln

Auf eine Werbeeinschaltung bei der Auftragnehmerin darf in anderen Werbemitteln nur dann Bezug genommen werden, wenn dabei klargestellt wird, dass es sich bei der Werbeeinschaltung nicht um eine Ausstrahlung im allgemeinen Fernsehprogramm, sondern um eine Ausstrahlung im Werbefernsehen handelt. Formulierungen, die die Werbesendungen mit dem Westdeutschen Rundfunk in Verbindung bringen, wie etwa „Der Westdeutsche Rundfunk zeigt ...“, sind nicht gestattet.

19. Höhere Gewalt, Rücktritt des Auftraggebers

- 19.1 Im Fall höherer Gewalt kann jeder Vertragsteilnehmer mit sofortiger Wirkung vom Vertrag zurücktreten, es sei denn, dass die Auftragnehmerin die Leistung bereits erbracht hat. Die Auftragnehmerin ist verpflichtet, dem Auftraggeber das auf die ausgefallene(n) Werbeeinschaltung(en) entfallende Entgelt zurückzuzahlen. Weitergehende Ansprüche hat der Auftraggeber nicht. Zur höheren Gewalt gehören insbesondere Aufruhr, Feuer, Stromausfall, Sturmschäden, Streik, Aussperrung, Schäden durch Bauarbeiten und ähnliche Ereignisse, die die Auftragnehmerin nicht zu vertreten hat.
- 19.2 In anderen Fällen muss ein Rücktrittersuchen des Auftraggebers spätestens 6 Wochen vor dem ersten Sendetermin der Termine, die lt. Rücktrittersuchen storniert werden sollen, schriftlich bei der Auftragnehmerin eingegangen sein. Bei Nichteinhaltung dieser Frist kann die Auftragnehmerin die Zustimmung zum Rücktritt verweigern, wenn ein Weiterverkauf der vertraglich vereinbarten Sendetermine an andere Auftraggeber nicht möglich ist.
- 19.3 Bei der Erteilung von Festaufträgen ist ein Rücktritt nach 19.2 nicht möglich.

20. Gutschrift

Stehen dem Auftraggeber Rückzahlungsansprüche zu, hat die Auftragnehmerin dem Auftraggeber eine entsprechende Gutschrift zu erteilen.

21. Haftung des Auftraggebers

Verletzt der Auftraggeber, der Werbungtreibende oder deren Erfüllungsgehilfe eine Vertragspflicht, so hat der Auftraggeber die Auftragnehmerin sowie den Westdeutschen Rundfunk von Ansprüchen Dritter freizustellen. Dies gilt auch für die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung.

22. Preisänderung

Änderungen der Einschaltpreise treten bei laufenden Aufträgen frühestens einen Monat nach ihrer Mitteilung an den Auftraggeber in Kraft. Der Auftraggeber kann in einem solchen Fall zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Änderung vom Vertrag zurücktreten. Er muss dies der Auftragnehmerin unverzüglich, spätestens binnen 10 Tagen nach Bekanntgabe der Änderung, erklären.

23. Aufrechnung, Zurückbehaltungsrecht

- 23.1 Der Auftraggeber kann die Aufrechnung mit Gegenforderungen nur erklären, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Forderungen handelt.
- 23.2 Die Geltendmachung von Zurückbehaltungsrechten durch den Auftraggeber ist ausgeschlossen, sofern die Gegenansprüche aus einem anderen Vertragsverhältnis resultieren. Beruhen die Gegenansprüche auf demselben Vertragsverhältnis, ist die Geltendmachung des Zurückbehaltungsrechts nur zulässig, wenn es sich um unbestrittene oder rechtskräftig festgestellte Gegenansprüche handelt.

24. Gewährleistungsrechte/Haftung der WDR Mediagroup

Bei einer Schlecht- bzw. Minderleistung der WDR Mediagroup beschränken sich für den Fall, dass die WDR Mediagroup 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. Eine Minderleistung liegt z. B. vor, wenn mehr als 10% der technischen Reichweite, die für die IVW-Prüfung dokumentiert wurde, nicht erreicht wurden oder eine Ausstrahlung in verminderter Qualität erfolgte. Gewährleistungsrechte des Auftraggebers verjähren nach 12 Monaten.

Weiter gehende Ansprüche des Auftraggebers, insbesondere auf Schadensersatz statt der Leistung und auf Ersatz eines sonstigen unmittelbaren oder mittelbaren Schadens – einschließlich Begleit- oder Folgeschaden, gleichgültig aus welchem Rechtsgrund –, sind ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn

- a) die wDR mediagroup einen Rechts- oder Sachmangel arglistig verschwiegen oder eine Garantie für deren Abwesenheit oder die Beschaffenheit der Leistung übernommen hat;
- b) der Schaden auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der wDR mediagroup, eines ihrer gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder einer fahrlässigen Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch die wDR mediagroup oder diese Personen beruht;
- c) eine schuldhafte Pflichtverletzung durch die wDR mediagroup, ihre gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen zu einem Körper- oder Gesundheitsschaden geführt hat;
- d) nach dem Produkthaftungsgesetz gehaftet wird. Im Falle einfacher Fahrlässigkeit ist die Ersatzpflicht der wDR mediagroup jedoch der Höhe nach auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden beschränkt.

25. Vertraulichkeit

- 25.1 Beide Parteien sind verpflichtet, vertrauliche und schutzwürdige Angelegenheiten der anderen Partei, die ihnen 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 Auftrages 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.
- 25.2 Veröffentlichungen aller Art, die im Zusammenhang mit der Zusammenarbeit stehen, sind generell nur mit vorheriger Zustimmung der anderen Partei erlaubt. Die Auftragnehmerin 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.

26. Erfüllungsort, Gerichtsstand

Wird der Auftrag von AS&S bestätigt, ist Erfüllungsort und Gerichtsstand Frankfurt am Main. In allen anderen Fällen ist Erfüllungsort und Gerichtsstand Köln.

27. Salvatorische Klausel

- 27.1 Sollten einzelne Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, lässt dies die Wirksamkeit im Übrigen unberührt.
- 27.2 Für den Fall, dass einzelne Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sind, verpflichten sich die Parteien bereits jetzt, in Verhandlungen einzutreten, die zum Ziel haben, die unwirksame Bestimmung durch eine solche Klausel zu ersetzen, die dem am nächsten kommt, was die Parteien mit der bisherigen Bestimmung wirtschaftlich gewollt haben.

Gültig ab 1. Januar 2010. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

TV-Sponsoring. Ganz nah an der Zielgruppe.

Fernsehen ist heute das Unterhaltungs- und Informationsmedium Nr. 1. Es gehört zum Alltag und ist nah am Zuschauer. Damit sind auch die Werbepartner mit Sponsoring von Fernsehsendungen ganz nah am Zuschauer. Denn TV-Sponsoring genießt eine hohe Glaubwürdigkeit und eine hohe Akzeptanz.

Darum TV-Sponsoring

Programmsponsoring bietet Unternehmen die Möglichkeit, Fernsehsendungen zu präsentieren. Dabei unterliegt Sponsoring festgelegten juristischen Bestimmungen. Sponsoring ist die direkte oder indirekte Finanzierung einer Sendung durch einen Dritten, um die Marke des Unternehmens, seine Tätigkeit oder seine Leistung zu fördern. Beim Programmsponsoring werden zu Beginn und am Ende einer Sendung Hinweise von bis zu sieben Sekunden Länge auf das jeweilige Unternehmen oder seine Marke (Presenter) eingeblendet.

Gute Gründe für TV-Sponsoring

- **Alleinstellung im werbefreien Umfeld**
- **Positiver Imagetransfer vom Format zur Marke**
- **Imageprofilierung in hochwertigem Programmumfeld**
- **Emotionale Aufladung von Marke und Produkt**
- **Hohe Aufmerksamkeit garantiert**
- **Sehr gute Erinnerungswerte**
- **Exklusiver Auftritt**

TV-Sponsoring in Das Erste.

Die wdr mediagroup vermarktet auf nationaler Ebene das TV-Sponsoring ausgewählter Formate. Dazu gehören zum Beispiel „Das Wetter im Ersten“, der Sport und das Wetter im „ARD Morgen-Magazin“ und „Wissen vor 8“.

- **Das Erste bietet einen einmaligen Programm-Mix aus Information und Unterhaltung.**
- **Bei den Zuschauern gilt Das Erste als das glaubwürdigste deutsche Fernsehprogramm. Und Glaubwürdigkeit ist die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches TV-Sponsoring.**



Präsentiert von Ihnen! Sponsoring im Ersten.

Nutzen Sie unsere beliebten Programme für einen positiven Image-transfer und einen vertrauensvollen Markenaufbau.

„ARD MorgenMagazin“

Nachrichten und Reportagen, Gespräche mit den Mächtigen aus Politik und Gesellschaft, Begegnungen mit den Bürgern – das ist das „ARD MorgenMagazin“, die Nr. 1 am frühen Morgen. Die ARD und das ZDF wechseln sich im wöchentlichen Rhythmus ab. Wenn die ARD das „MorgenMagazin“ produziert, wird dieses Programm zeitgleich im ZDF ausgestrahlt. Peter Großmann (Sport) und Donald Bäcker (Wetter) ergänzen als „Spezialisten“ das MoMa-Moderationsteam. Zum Sponsoring stehen vier attraktive Sportblöcke und sieben Wetterblöcke zur Verfügung. **Jeweils montags bis freitags von 5.30 bis 9.00 Uhr.**



„Wissen vor 8“

Ranga Yogeshwar und sein Redaktionsteam stellen im Kurzformat „Wissen vor 8“ interessantes Wissen in nur 2:15 Minuten zusammen. Wie löscht man brennendes Öl in der Pfanne? Wie gefährlich ist Schlafmangel? Wie entstehen Blitze? Viele spannende Fragen und die perfekte Antwort für alle, die sich im hochwertigen Info-Umfeld als Sponsor präsentieren wollen. **Jeweils dienstags bis freitags um 19.45 Uhr.**



„Das Wetter im Ersten“

Unsere beiden Wetterformate am Vor- und am Hauptabend erfreuen sich größter Beliebtheit, auch wenn das Wetter selbst mal nicht so gut ist. Kompetent und unterhaltsam präsentiert das Team um Jörg Kachelmann zuverlässige Prognosen. Das Wetter am Vorabend läuft montags bis samstags, und am Hauptabend werden die Zuschauer täglich von den „Wettermachern“ informiert. **Jeweils montags bis samstags um 19.50 Uhr.**



Sprechen Sie uns an!

Frank de Groot steht Ihnen für alle Fragen zu TV-Sponsoring im Ersten gerne zur Verfügung. Rufen Sie an unter **0221 2035-2668** oder schicken Sie eine E-Mail an **frank.degroot@wdr-mediagroup.com**. Gerne schicken wir Ihnen weitere Informationen oder ein detailliertes Angebot.

Alles ist möglich.

Die WDR mediagroup ist mehr als der größte regionale Werbezeitenvermarkter Deutschlands. Die Vermarktung von Werbezeit in Radio und TV ist nur ein Kompetenzbereich von vielen. Als national aufgestellter, integrierter Mediendienstleister mit zahlreichen strategischen Beteiligungen und Kooperationspartnern hat die WDR mediagroup viele weitere Kompetenzen sowie Geschäftsfelder und kann so die komplette Verwertungskette anbieten.

Unsere Medienwelt und damit verbunden auch die Mediennutzung verändern sich mit zunehmendem Tempo. Was gestern wie Zukunftsmusik klang, ist heute aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Die zunehmende Digitalisierung eröffnet ungezählte Möglichkeiten. Die WDR mediagroup muss auf die zunehmende Medienkonvergenz nicht erst reagieren, sie ist bereits heute dafür bestens aufgestellt.



Internetlösungen, Formatentwicklung, Event-Marketing – und mehr.

Dass wir Ihre klassischen Kommunikationsmaßnahmen auch ins Internet verlängern können, wird Sie nicht überraschen. Aber wir können noch mehr: Wir bieten den kompletten Service einer Full-Service-Onlineagentur inklusive weiter gehender Maßnahmen wie beispielsweise Suchmaschinen-Marketing.

Oder nutzen Sie z. B. unser redaktionelles und dramaturgisches Know-how und lassen Sie sich eine eigene Web-Soap entwickeln. Wir bieten vom redaktionellen Konzept bis zur Produktion alles aus einer Hand.

Auch bei Dialogmarketing sind wir umfassend aufgestellt und können alle entsprechenden Problemlösungen umsetzen – oder Sie als Partner einbinden.

Das Leistungsspektrum der WDR mediagroup im Überblick.

Produktion

Vom redaktionellen Konzept bis zur Produktion – alles aus einer Hand

Events und Promotion

Von der Planung und Umsetzung von Mega-, Groß- und kleineren Events bis hin zur Entwicklung des Give-aways – alles ist möglich

Medienübergreifende Kommunikation

Von Werbezeitenvermarktung über TV- und Event-Sponsoring bis Onlineplattformen – Kommunikation in allen Dimensionen

Produktionstechnik

Von digitaler Video- und Audibearbeitung bis hin zur HDTV-Postproduktion und digitalen Archivierung – das komplette Spektrum audiovisueller Produktionsleistungen

Programmverbreitung

Von TV-Klassikern bis hin zu hochkarätigen Fernseh-dokumentationen – Sendelizenzen für den nationalen und internationalen Markt

Content

Vom prämierten Hörspiel über historische Aufnahmen des Sinfonie-Orchesters bis hin zu Fernsehproduktionen – das komplette WDR Archiv als Content-Schatz

Marken

Von der „Shaun das Schaf“-Kinderkollektion bis zum „Sportschau“-Auto – unzählige Optionen für populäre Programm-Marken aus Radio und TV

Call-Center

Von der telefonischen Begleitung eines Launches bis zur Kunden-Hotline – Call-Center-Dienstleistungen in geprüfter und zertifizierter Qualität

Digitale Kommunikation

Vom Internetauftritt über CMS-Systeme und E-Commerce-Lösungen bis hin zu Suchmaschinen-Marketing – das komplette Leistungsspektrum einer Web-Agentur

Sprechen Sie uns an!

Unser Team steht Ihnen für alle Fragen zum Leistungsspektrum der WDR Mediagroup und zu den vielfältigen Optionen einer Zusammenarbeit gerne zur Verfügung. Rufen Sie an unter **0221 2035-0** oder schicken Sie eine E-Mail an **info@wdr-mediagroup.com**.

SENDUNG

Die WDR mediagroup – Wir halten Sie auf dem Laufenden.

Abonnieren Sie unseren Newsletter und erfahren Sie regelmäßig alles über die Angebote und Aktivitäten der WDR mediagroup:

- Programmhilights am ARD Vorabend.
- Events und Aktionen der WDR Wellen.
- Serviceangebote der WDR mediagroup wie Media-Planung und Zielgruppenanalysen.
- Aktuelle Publikationen, Studien und Trends.
- Wissenswertes über Marketing- und Medienthemen aus erster Hand.

Registrieren Sie sich auf unserer Homepage www.wdr-mediagroup.com oder schicken Sie eine E-Mail an newsletter@wdr-mediagroup.com.

Fon 0221 2035-140
Fax 0221 2035-152
E-Mail newsletter@wdr-mediagroup.com

- media
- program
- dialog
- licensing
- publishing
- digital

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11 50667 Köln
info@wdr-mediagroup.com

www.wdr-mediagroup.com

