

**Höchste Reichweite
am Touchpoint POS**
324 Mio. Kontakte (E14+)
237 Mio. Kontakte (HHF14+)
137 Mio. Kontakte (E14-49)

Bester TKP
2,04 € (E14+)
2,80 € (HHF14+)
4,76 € (E14-49)

Instore-Radio

lastcall2action

Tarife / Mediadaten 2018

- MAGMA MEDIA hat die Senderpartner, mit denen die Markenbotschaft schnell und wirksam die gewünschte Zielgruppe am Point of Sale erreicht



- Das nationale Vermarktungsgebiet der Magma Media Instore Radio Sender umfasst die relevanten Key Accounts des deutschen Handels. Mit einer Coverage von 75 % ist Instore Radio mit weitem Abstand der bedeutendste Werbeträger am POS
- Instore Radio bietet die Basis zur Vernetzung der relevanten Mixes:
 - o Media Mix -> effizienteste Auswahl
 - o Zielgruppen Mix -> effektivste Kommunikation
 - o Vertriebslinien Mix -> höchste Relevanz
- Instore Radio Werbung forciert spontane Impulse und ist Kaufaktivator mit dem „last call to action“
- IR-MA (Instore Radio Mediaanalyse)
Sie garantiert valide Leistungswerte für die Mediengattung und erleichtert die Planung im MDS Planungsprogramm
- Über 200 GfK und Nielsen Tests belegen für alle Warengruppen signifikante Absatzsteigerungen. Instore Radio erzielte den höchsten Return on Investment (STROI) aller Medien am POS
- Instore Radio schließt den Kommunikationskreislauf! Durch eine optimierte Budgetverteilung im Media Mix wird dadurch eine wesentliche Effektivitäts- und Effizienzsteigerung erzielt
- Die redaktionelle Programmplattform bietet Marken und Unternehmen kreative Kommunikationsvielfalt
- Die Instore Radio Werbezeiten Buchung folgt dem Weg klassischer Medien. Im Gegensatz zu den anderen Verkaufsförderungs-Maßnahmen am POS ist Instore Radio Werbung frei von WKZ-Leistungen (Werbekosten Zuschuss) an den Handel
- Werbespots im Instore Radio werden als Singlespot bzw. im Werbeblock platziert



Spotpreise (20 Sek.) im nationalen Sendegebiet von MAGMA MEDIA (4.563 Märkte) im Lebensmittel Einzelhandel

| Uhrzeit | Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag |
|-----------|-----------|----------|-----------|------------|-----------|-----------|
| 6 bis 7 | 1,00 € | 1,00 € | 1,00 € | 1,00 € | 3,00 € | 11,00€ |
| 7 bis 8 | 96,00 € | 88,00 € | 91,00 € | 105,00 € | 132,00 € | 182,00 € |
| 8 bis 9 | 389,00 € | 364,00 € | 400,00 € | 422,00 € | 493,00 € | 463,00 € |
| 9 bis 10 | 728,00 € | 669,00 € | 725,00 € | 830,00 € | 1121,00 € | 1135,00 € |
| 10 bis 11 | 1030,00 € | 971,00 € | 1036,00 € | 1177,00 € | 1344,00 € | 1646,00 € |
| 11 bis 12 | 1050,00 € | 977,00 € | 1053,00 € | 1149,00 € | 1248,00 € | 1615,00 € |
| 12 bis 13 | 728,00 € | 692,00 € | 737,00 € | 799,00 € | 1090,00 € | 982,00 € |
| 13 bis 14 | 546,00 € | 526,00 € | 570,00 € | 644,00 € | 920,00 € | 813,00 € |
| 14 bis 15 | 641,00 € | 581,00 € | 632,00 € | 708,00 € | 974,00 € | 830,00 € |
| 15 bis 16 | 624,00 € | 581,00 € | 635,00 € | 711,00 € | 940,00 € | 864,00 € |
| 16 bis 17 | 672,00 € | 632,00 € | 683,00 € | 768,00 € | 971,00 € | 886,00 € |
| 17 bis 18 | 765,00 € | 703,00 € | 762,00 € | 844,00 € | 1036,00 € | 869,00 € |
| 18 bis 19 | 669,00 € | 581,00 € | 649,00 € | 706,00 € | 841,00 € | 762,00 € |
| 19 bis 20 | 386,00 € | 342,00 € | 377,00 € | 413,00 € | 535,00 € | 613,00 € |
| 20 bis 21 | 124,00 € | 107,00 € | 118,00 € | 130,00 € | 220,00 € | 278,00 € |
| 21 bis 22 | 33,00 € | 30,00 € | 36,00 € | 36,00 € | 66,00 € | 102,00 € |

Cash-Rabatt

Bei Ausstrahlung von Werbeschaltungen, die ein Bruttomediumvolumen von 100.000 € überschreiten, werden folgende Rabatte gewährt:

| | | |
|----|---------------|------|
| Ab | 150.000,- € | 3 % |
| Ab | 250.000,- € | 5 % |
| Ab | 400.000,- € | 7 % |
| Ab | 500.000,- € | 9 % |
| Ab | 650.000,- € | 11 % |
| Ab | 750.000,- € | 13 % |
| Ab | 1.000.000,- € | 15 % |

Der Preis pro Stunde ist an der Reichweite gemäß IR-MA für die Zielgruppe HHF14+ justiert.
Der TKP bei einem 20 Sekunden Spot in der Zielgruppe E14+ beträgt 2,04 €.



Instore-Radio mit MAGMA MEDIA
– günstig, flexibel, wirksam

MAGMA MEDIA Sendegebietsübersicht



Das MAGMA MEDIA Sendegebiet umfasst die relevanten Key Accounts des deutschen Handels und ist flexibel buchbar: National, nach Nielsegebieten, Regionen, Key Accounts und Vertriebslinien bis hin zur Einzelansteuerung von Outlets.

| Lebensmittel Einzelhandel inkl. C + C | Key Account | Vertriebslinie | Anzahl |
|---------------------------------------|---------------------------------|-------------------------|--------------|
| | Edeka | Edeka Hessenring | 302 |
| | | Edeka Minden-Hannover | 849 |
| | | Edeka Minden Mios C + C | 24 |
| | | Edeka Nord | 225 |
| | | Edeka Partner Feneberg | 75 |
| | | Edeka Rhein-Ruhr | 413 |
| | | Edeka Südbayern | 474 |
| | | Edeka Südwest | 761 |
| | Edeka Partner Frey & Kissel | 17 | |
| | | | 3.140 |
| Markant | Bartels-Langness, ,Citti | 3 | |
| | Bünting, Combi / Jibi / Familia | 218 | |
| | Bünting, Markant Nordwest | 48 | |
| | Buschmeyer & Bremke | 2 | |
| | Kaes, V-markt | 39 | |
| | Kaufland | 662 | |
| | Okle | 4 | |
| | | | |
| Metro | Metro C + C | 104 | |
| | Real | 281 | |
| | | | 385 |
| REWE | Dohle, Hit, AEZ | 98 | |
| | Selgros C + C | 42 | |
| | Wasgau | 78 | |
| | | | 218 |
| Sonstige | Aktiv & Irma | 12 | |
| | Brülle & Schmelzter C + C | 6 | |
| | Klingenthal | 2 | |
| | | | 20 |
| Summe | | | 4.939 |

| Non Lebensmittel Einzelhandel | Key Account | Vertriebslinie | Anzahl | |
|-------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------|-----------|
| | Edeka | Herkules Baumarkt | 22 | |
| | | | | 22 |
| | Markant | Kaes, V Markt Heimwerker | 7 | |
| | | | | 7 |
| | Metro | Adler Bekleidungsmarkt | 149 | |
| | | | 149 | |
| Sonstige | Freßnapf Tiernahrung | 833 | | |
| | Futterhaus | 228 | | |
| | Kölle Zoo | 14 | | |
| | Raiffeisen | 101 | | |
| | Toys 'R' Us | 63 | | |
| | | | 1.239 | |
| Summe | | | 1.417 | |

Sendegebietsübersicht

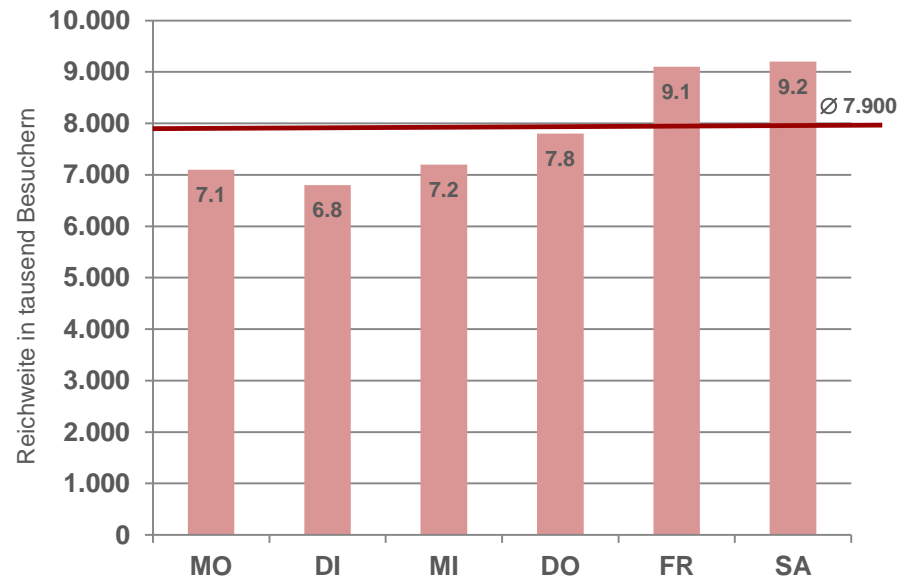
Insgesamt 6.156 beschaltete Outlets – mit MAGMA MEDIA deutschlandweit on Air

Magma Media hat gemeinsam mit IMS/Mood Media eine gemeinsame Reichweitenanalyse für das Medium Instore Radio initiiert. Durchgeführt von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) liefert die Instore Radio Mediaanalyse (IR-MA) valide und einheitliche Leistungswerte analog derer klassischer Medien. Basis der IR-MA ist das Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten und über 1 Million Einkaufsakten.

Die Instore Radio Mediaanalyse (IR-MA) gibt unter anderem detailliert Aufschluss über:

- An welchen Wochentagen bzw. zu welchen Tageszeiten kaufen die verschiedensten Zielgruppen ein?
- Welche Reichweite wird für verschiedene Warengruppen pro Wochentag und Zeitschiene generiert?
- In welchen Key Accounts bzw. Markttypen erreichen Sie bestimmte Zielgruppen am häufigsten?

Die Ergebnisse der IR-MA sind in Deutschlands führendem Mediaplanungsprogramm MDS von Axel Springer integriert. Dies ermöglicht Mediaplanern Instore Radio in die Planungsarbeit zu integrieren und ist Grundlage für einen objektiven inter- und intramedialen Preis-/ Leistungsvergleich.



Grafik: Reichweite pro Tag in der Zielgruppe HHF 14+

Shopper Insights – Die Reichweiten der Instore Radio Mediaanalyse

Unsere Radiosender erreichen 75 % aller Haushaltsführenden in Deutschland (weitester Besucherkreis = innerhalb von 4 Wochen). Kombiniert mit den Erkenntnissen, wann welche Warengruppen überdurchschnittlich gekauft werden, lassen sich höchst effiziente Kampagnen mit Instore-Radio planen.

Reichweite (in Tausend Marktbesuchern) im nationalen Sendegebiet - Zielgruppe HHF14+

| Uhrzeit | Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag |
|-----------|--------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 6 bis 7 | < 0,5 | < 0,5 | < 0,5 | < 0,5 | 1 | 4 |
| 7 bis 8 | 35 | 32 | 33 | 38 | 48 | 66 |
| 8 bis 9 | 141 | 132 | 145 | 153 | 179 | 168 |
| 9 bis 10 | 258 | 237 | 257 | 294 | 397 | 402 |
| 10 bis 11 | 365 | 344 | 367 | 417 | 476 | 583 |
| 11 bis 12 | 372 | 346 | 373 | 407 | 442 | 572 |
| 12 bis 13 | 258 | 245 | 261 | 283 | 442 | 348 |
| 13 bis 14 | 198 | 191 | 207 | 228 | 386 | 288 |
| 14 bis 15 | 227 | 211 | 224 | 251 | 326 | 294 |
| 15 bis 16 | 221 | 211 | 225 | 252 | 345 | 306 |
| 16 bis 17 | 238 | 224 | 242 | 272 | 333 | 314 |
| 17 bis 18 | 271 | 249 | 270 | 299 | 344 | 308 |
| 18 bis 19 | 237 | 211 | 230 | 250 | 367 | 270 |
| 19 bis 20 | 140 | 124 | 137 | 150 | 298 | 217 |
| 20 bis 21 | 45 | 39 | 43 | 47 | 194 | 101 |
| 21 bis 22 | 12 | 11 | 13 | 13 | 80 | 37 |



* WBK 4 Wochen alle Vermarkter

Dies ist ein exemplarisches Beispiel für die Zielgruppe HHF14+.

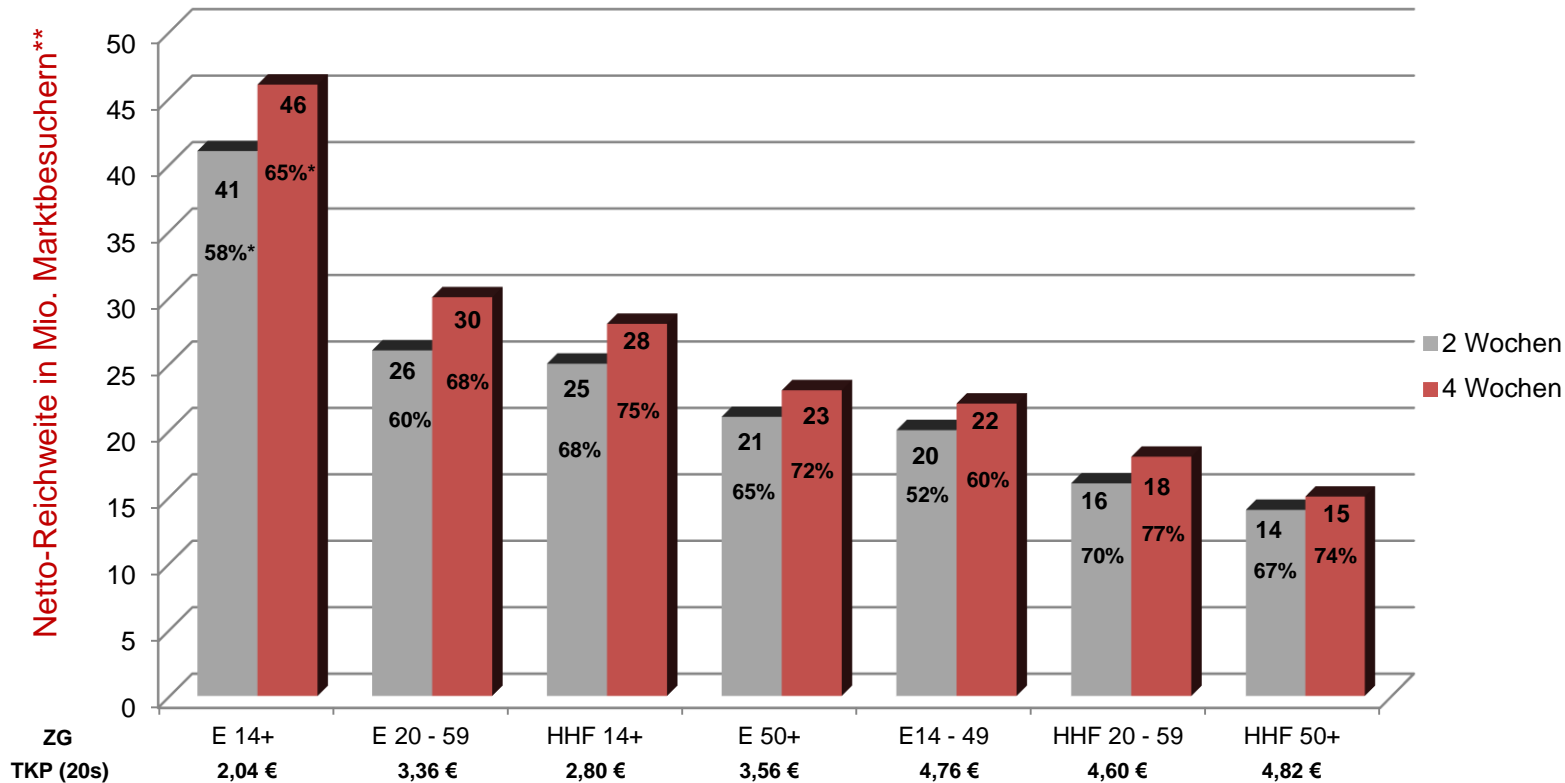
MAGMA MEDIA plant auf Basis der IR-MA.

Detail-Informationen über mehr als **150 Warengruppen und alle mediarelevanten, Zielgruppen ermöglichen** eine detaillierte und zielgruppengenaue Planung von Instore Radio Kampagnen.



Mit MAGMA MEDIA – werberelevante Zielgruppen erreichen

Magma Media Instore Radio erzielt höchste nationale Reichweiten.



Quelle: IR-MA (Instore Radio Mediaanalyse)

* Anteil Magma Media Instore Radio in % vom nationalen Zielgruppenpotenzial

** Entspricht der maximal erzielbaren Nettoreichweite innerhalb von 2 Wochen bzw. 4 Wochen



Mit MAGMA MEDIA –
werberelevante Zielgruppen erreichen

Crossmediale Shopper-Ansprache mit Instore-Radio erhöht den Werbeimpact

MARKETING

Lebensmittel Zeitung

Letzter (K)Aufruf am Point of Sale

Kooperationsprojekt belegt Werbeerfolg von Instore-Radio – Crossmedialer Einsatz erhöht die Wirkung

Augsburg. Werbekampagnen im Instore-Radio sind verkaufswirksam. Das sollen zwei neue Vermarkterstudien mit FMCG-Kunden untermauern.

Deutschlands führendem Instore-Radio-Vermarkter Magma Media und die Mediaagenturen Carat und Vizeum Deutschland aus dem Dentsu-Aegis-Network wollten es genau wissen. In einem Kooperationsprojekt wurden deshalb Anfang des Jahres versucht, die Effektivität und Effizienz von Instore-Radio (IR)-Werbung in zwei nationalen Wirkungsstudien nachzuweisen. Durchgeführt wurden die Untersuchungen von den Marktforschungsspezialisten der GfK in Nürnberg. Zum Einsatz kam das Testdesign „Marketing Mix Evaluator“ (MME), das die erforderlichen Daten aus dem Consumer Scan Haushaltspanel und dem Media Efficiency Panel generiert. Der Ausgangspunkt der Analysen war eine vierwöchige Ladenfunkkampagne im nationalen Sendegebiet des Augsburger Unternehmens Magma Media. Alle relevanten Parameter wurden auf Basis der Instore Radio-Mediaanalyse (IR-MA) von den Mediaagenturen einjustiert. Zentrale Zielsetzung beider Analysen war die Ermittlung des Sales-Uplifts – also die



Verkaufswirkung auf den Absatz – auch im Kontext zu den ebenfalls eingesetzten Above- und Below-the-Line-Werbeträgern.

Für einen großen FMCG-Hersteller, der nicht genannt werden möchte, erzielte die Werbekampagne in der Warenklasse Heißgetränke nach Angaben der Studienverantwortlichen einen durchschnittlichen Sales-Uplift von 8 Prozent. Und für den zweiten Studienteilnehmer, den Ketchup-Hersteller H.J. Heinz, konnte der Absatz für Grillsaucen und das Dachmarkensortiment ebenfalls „signifikant gepusht werden“, wengleich der Würstsaucen-Anbieter hierzu keine exakten

Aktivierend:
Man sieht ihn nicht, man hört ihn nur – Ladenfunk kann den entscheidenden Erinnerungsimpuls am Regal auslösen.

Zahlen in der Zeitung lesen möchte. Für viele LEH-gelisteten Produkte sei POS-Radio-Werbung eine „sinnvolle Ergänzung im Mediamix“, lässt sich Michael Mülbüsch, Geschäftsleitung Carat Deutschland, vor dem Hintergrund der Studien zitieren. Sein Mediaagentur-Kollege Philipp Sonnhalter, Geschäftsleitung Vizeum Deutschland, sieht eine Stärke des Kanals in der effizienten Verlängerung der klassischen Kommunikation bis direkt an den POS. Als „last Call to Action“ komme der Werbung auf der Handelsfläche eine wichtige Funktion zu – gerade in der crossmedialen Wechselwirkung mit TV-Spots. *kon/lz 26-14*

Auftragsannahme

Aufträge müssen mindestens 15 Werktage vor dem ersten Ausstrahlungstermin eingegangen sein. Aufträge werden nach schriftlicher Bestätigung durch die MAGMA MEDIA verbindlich. Bei Aufträgen, die aus zeitlichen Gründen vor der Ausstrahlung nicht mehr schriftlich bestätigt werden können, kann die Bestätigung auch nach der ersten Ausstrahlung erfolgen. Nebenabreden und Auftragsänderungen bedürfen der Schriftform.

Sendeunterlagen

Zur reibungslosen Auftragsabwicklung wird benötigt: eine sendefähige Einspielung des vorproduzierten Werbebeitrages, ein Einschaltplan mit Angaben über Spotlänge, Kunde, Produkt, ein Textmanuskript sowie alle Angaben, die für die Abrechnung mit der GEMA und mit sonstigen Verwertungsgesellschaften notwendig sind. Enthält der Werbebeitrag keine GEMA-pflichtigen Bestandteile, so ist auch dies gesondert zu vermerken. Das Werbemotiv kann per E-Mail im mp3-Format mit 320 kbit/s mono und einer Samplingrate von 44,1 kHz zugesandt werden und muss deutlich gekennzeichnet spätestens 10 Werktage vor dem ersten Ausstrahlungstermin eingegangen sein.

Aufträge und Sendeunterlagen bitte fristgerecht versenden an:

MAGMA MEDIA GmbH
Curt-Frenzel-Str. 10
86167 Augsburg
Mail media@magma-media.de
Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Die Pflicht zur Aufbewahrung der Unterlagen und der Sendekopien endet mit der gemäß Auftrag letzten Sendung des Werbebeitrages. Danach ist MAGMA MEDIA zur Vernichtung der Materialien berechtigt.



Zahlungsbedingungen

Die Rechnungen werden kampagnenbezogen drei Wochen vor der ersten Ausstrahlung erstellt. Sie sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug fällig. Bei Zahlung innerhalb von 7 Tagen oder bei Erteilung einer Einzugsermächtigung gewähren wir 2 % Skonto.

Kontoverbindung

Hypovereinsbank

IBAN: DE 83 545 2019 4000 676 9470

BIC: HYVEDEMM483

Umsatzsteuernummer

DE 814 738 618

Geschäftsbedingungen

Im Übrigen gelten die beiliegenden AGB (allgemeinen Geschäftsbedingungen).

Die in dieser Preisliste angegebenen Reichweiten und Preise beziehen sich auf den Stand 01.01.2018.

Verbindliche Preise und Leistungsdaten ergeben sich aus den aktuellen Angeboten von MAGMA MEDIA.



Individuelles Angebot

Wir erstellen Ihnen innerhalb eines Tages auf Basis der Zielgruppe ein maßgeschneidertes Angebot. Zur Maximierung der Kampagneneffizienz basiert unsere Mediaplanung stets auf den Ergebnissen der IR-MA und damit auf dem GfK Consumer Scan Haushaltspanel mit 30.000 Haushalten und rund 1 Mio. Einkaufsakten.

Spotproduktion

Wir beraten Sie nicht nur bei der Kreation Ihres Instore-Radio Spots, sondern übernehmen für Sie auf Wunsch auch die komplette Produktion.

Listungsscheck

Vor jeder Kampagne überprüfen wir die Listung des zu bewerbenden Produktes im gewünschten Sendegebiet. Die dafür notwendigen EAN-Codes auf der Verbraucherpackung müssen der MAGMA MEDIA spätestens 4 Wochen vor Sendebeginn vorliegen.

Werbezeitenvorabplanung

14 Tage vor dem ersten Ausstrahlungstermin informiere wir den Handel über die bevorstehende Kampagne und geben ihm damit die Möglichkeit zur Vorbereitung.

Werbewirkungstests

Über 200 Marktforschungsstudien (Nielsen, GfK, TNS Infratest) testieren die qualitative und quantitative Werbewirkung von Instore Radio am Point of Sale.

Auf Wunsch kümmern wir uns um die komplette Organisation und Abwicklung von Werbewirkungstests mit den führenden Marktforschungsinstituten. Gerne unterbreiten wir Ihnen hierzu ein individuelles Angebot.

Media Vertrieb

Rainer Lengert

Im Flecken 45a

65366 Geisenheim

Fon +49 (0) 6722 98 07 00

Fax +49 (0) 6722 98 07 02

Mobil +49 (0) 171 61 17 277

Mail lengert@magma-media.de

Stefan Hanika

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 91

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mobil +49 (0) 172 44 12 147

Mail hanika@magma-media.de

Auftragsabwicklung

Kai Roßkopf

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 94

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mail rosskopf@magma-media.de

Geschäftsführung

Michael Kimmich

Curt-Frenzel-Straße 10

86167 Augsburg

Fon +49 (0) 821 50 87 78 90

Fax +49 (0) 821 50 87 78 88

Mail kimmich@magma-media.de



§ 1. Vertragsgegenstand

Die MAGMA MEDIA GmbH übernimmt Aufträge zur Übertragung von Werbeeinschaltungen in Geschäften verschiedener Handelsketten im Rahmen der von ihr vorgehaltenen Sendekapazitäten und vermarkteten Werbezeiten. Die nachfolgenden Bedingungen gelten nur insoweit, als keine gesonderten auftragsbezogenen Vereinbarungen zwischen dem Vertragspartner und der Magma Media GmbH getroffen worden sind.

§ 2. Vertragsschluss

- a. Der Vertrag über die Schaltung der Werbung kommt durch die schriftliche Annahme/Auftragsbestätigung seitens der MAGMA MEDIA GmbH zustande. Übermittelte Preislisten und Vorschläge der MAGMA MEDIA GmbH beinhalten kein Vertragsangebot. Sie geben lediglich dem Geschäftspartner die Möglichkeit, ein konkretes Vertragsangebot zu unterbreiten.
- b. Angebote der MAGMA MEDIA GmbH stehen unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit der angebotenen Werbezeiten.
- c. Wird der Auftrag zur Schaltung der Werbeeinschaltungen durch eine Werbeagentur erteilt, kommt der Vertrag mit dieser zustande, sofern sie nicht ausdrücklich erklärt, dass der Vertrag im Namen des werbenden Unternehmens abgeschlossen wird.
- d. Erfolgt der Auftrag über eine Werbeagentur oder einen Werbevermittler des Auftraggebers, so erhält die Werbeagentur oder der Werbevermittler eine Agenturvergütung (AE) in Höhe von 15 % auf die Netto-Auftragssumme des Auftraggebers, sofern die Werbeagentur nicht selbst Vertragspartner wird.
- e. Preise und Rabatte richten sich nach der zum Zeitpunkt des Auftragsseingangs jeweils gültigen Preisliste und beziehen sich ausschließlich auf den einzelnen Auftrag.
- f. Stehen zum Zeitpunkt des Auftragsseingangs Preisänderungen bevor, weist die Magma Media GmbH den Auftraggeber ausdrücklich auf die geänderten Preise hin. Widerspricht der Auftraggeber nicht binnen einer Woche nach Zugang des Hinweises schriftlich einer Abrechnung zu den geänderten Preisen, wird der Auftrag vorbehaltlich der Verfügbarkeit der Werbezeiten zu den geänderten Preisen durchgeführt.
- g. Der Auftraggeber ist berechtigt durch schriftliche, spätestens 14 Tage nach Auftragserteilung der vorgesehenen Ausstrahlung der Werbeeinschaltung zugegangene Erklärung, vom Vertrag zurückzutreten. Erfolgt der Rücktritt innerhalb der oben genannten 14 Tage so hat der Auftraggeber neben dem Ersatz der bereits erbrachten Leistungen, eine Stornierungsgebühr in Höhe von 40 % des Auftragswertes (Brutto-Mediavolumen) zu zahlen. Erfolgt der Rücktritt nach der 14-tagesfrist, ist vom Auftraggeber der Auftragswert zu 100 % auszugleichen.

§ 3. Zahlungsbedingungen und Vergütung

Der Auftraggeber ist zur Vorauszahlung der Vergütung verpflichtet. Die Rechnungen werden kampagnenbezogen drei Wochen vor der ersten Werbeschaltung erstellt. Sie sind innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug fällig.

Bei einer Zahlung innerhalb von 7 Tagen oder bei Erteilung einer einzugsfähigen Einzugsermächtigung innerhalb dieser Frist werden 2% Skonto gewährt. Maßgeblich für die Berechnung dieser Frist ist das Rechnungsdatum.

Für jede Mahnung wird ein pauschales Bearbeitungsentgelt in Höhe von EUR 10,00 erhoben.

Bei einer Überschreitung der Fläche des gebuchten Sendegebietes im Sinne von Nummer 5 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen von mehr als 105% ist der Auftraggeber verpflichtet, eine entsprechend höhere Vergütung zu zahlen. Maßgeblich sind die Preise zum Zeitpunkt der Auftragserteilung. Sämtliche Vergütungsbeträge verstehen sich im Zweifel zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer.

§ 4. Pflichten des Auftraggebers

Der Auftraggeber ist verpflichtet, das sendefähige Audiomaterial auf geeigneten Datenträgern (Digital Audio Tape, CDA) oder per Datenfernübertragung im Format MPEG Layer3 mit derzeit 320 kbit/s und einer Samplingrate von 44,1 kHz mindestens 10 Tage vor der ersten Ausstrahlung zur Verfügung zu stellen.

Der Auftraggeber gewährleistet, dass Inhalt und Form des Werbemittels nicht gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten verstoßen und dass die Werbeeinschaltungen nicht wettbewerbswidrig sind.

- a. Der Auftraggeber gewährleistet, dass aufgrund der technischen Qualität der eingereichten unter (1) aufgeführten Sendeunterlagen eine Ausstrahlung der MAGMA MEDIA GmbH, dem jeweiligen Sender und der Einzelhandelskette, in deren Räumlichkeiten die Werbeschaltung ausgestrahlt werden soll, zumutbar ist.
 - b. Der Auftraggeber versichert, dass der vorgesehenen Verwertung der Sendeunterlagen keine Urheber-, Leistungsschutz- und / oder sonstige Rechte Dritter entgegenstehen. Insbesondere versichert der Auftraggeber berechtigt zu sein, dass Rundfunknutzungsrecht auf den / die Sender bzw. auf die zur Sendeabwicklung beauftragte Dritte zu übertragen.
 - c. Der Auftraggeber verpflichtet sich, der MAGMA MEDIA GmbH die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben über Komponisten, Titel und Länge der verwendeten Musik mitzuteilen.
- Erkennt die MAGMA MEDIA GmbH, dass eine der vorstehenden Pflichten nicht gehörig erfüllt wird bzw. eine abgegebene Gewährleistung nicht zutrifft, zeigt sie dies unverzüglich der Auftraggeberin an.

§ 5. Gewährleistung (Mängelansprüche)

- a. Das Sendegebiet des Auftragnehmers umfasst die Gesamtfläche der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vermarkteten Handelsfilialen.
- b. Die jeweilige Werbeschaltung entspricht der vereinbarten Beschaffenheit, soweit die Abdeckung des Sendegebiets zum jeweiligen Sendezeitpunkt auf Grund
 - einer Verringerung Sendegebietes,
 - einer von dem Auftragnehmer zu vertretenen Sendestörung oder – Ausfalls
 - auf Grund einer von dem Auftragnehmer zu vertretenen mangelhaften Beschallung der einzelnen Handelsfiliale um nicht mehr als 5% unterschritten wird.

- c. Wird dieser Wert nachweislich unterschritten, so ist der Auftraggeber auf eine Nacherfüllung durch Wiederholung der Werbeschaltung zu einem vergleichbaren Sendezeitpunkt beschränkt. Wird die Nacherfüllung verweigert oder schlägt sie fehl, ist der Auftraggeber wiederum auf die Minderung des Vergütungsanspruchs im Verhältnis zu den ausgefallenen Werbeschaltungen oder auf den Rücktritt von Vertrag beschränkt. Weitergehende Ansprüche, insbesondere das Recht zur Selbstvornahme, sind ausgeschlossen.
- d. Die Haftung der MAGMA MEDIA GmbH auf Grund einer mangelhaften Werbeschaltung ist auf grobe Fahrlässigkeit und Vorsatz beschränkt, soweit diese Schäden nicht in der Verletzung von Leben, Körper oder der Gesundheit bestehen.
- e. Die Ansprüche verjähren nach einem Jahr; für den Beginn der Verjährung gilt § 199 BGB. Liegt der Grund für eine mangelhafte Werbeschaltung im Verantwortungsbereich des Auftraggebers, so sind Gewährleistungsansprüche ausgeschlossen.

§ 6. Entfall der Leistungsverpflichtung

- a. Die MAGMA MEDIA GmbH behält sich in folgenden Fällen aus sachlich gerechtfertigten Gründen vor, einzelne Werbeeinschaltungen bzw. die weitere Durchführung eines Auftrags abzulehnen:
- Der Inhalt oder die Form des Werbemittels verstößt gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten. Ein solcher Verstoß liegt insbesondere bei wettbewerbswidrigen Werbeeinschaltungen vor.
 - Rechte Dritter stehen einer Ausstrahlung der Werbeeinschaltungen entgegen.
 - Die Ausstrahlung der Werbeeinschaltung ist der MAGMA MEDIA GmbH, dem jeweiligen Sender oder der Einzelhandelskette, in deren Räumlichkeiten die Werbeschaltung ausgestrahlt werden soll, aufgrund der technischen Qualität nicht zumutbar und die betroffene Partei hat der Ausstrahlung widersprochen. Technisch unzumutbar im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist ein Werbespot, der technische Störgeräusche enthält. Derartige Störgeräusche sind insbesondere Rauschen, Piepen, Pfeifen und Rückkopplungen.
 - Die Ausstrahlung der Werbeeinschaltung ist einer der unter Ziffer 3 aufgeführten Parteien aus sonstigen, sachlich gerechtfertigten Gründen nicht zumutbar und die betroffene Partei hat der Ausstrahlung widersprochen. Einer Partei ist die Ausstrahlung eines Werbespots insbesondere nicht zuzumuten, wenn diese irreführenden Signale (z.B. Alarmtöne) enthalten.
 - Die Einzelhandelskette, in deren Räumlichkeiten die Werbeeinschaltung ausgestrahlt werden soll, widerspricht dieser aus Gründen, die die MAGMA MEDIA GmbH nicht zu vertreten hat.
- b. Die Ablehnung bzw. teilweise Ablehnung eines Auftrags wird dem Auftraggeber unter Angabe der Gründe unverzüglich angezeigt.
- c. Soweit die Ablehnung nur Teile eines Auftrags betrifft, ist die MAGMA MEDIA GmbH berechtigt, den Auftrag hinsichtlich der verbleibenden Teile durchzuführen und die Leistung dem Auftraggeber anteilig in Rechnung zu stellen.

- d. Kosten, die der MAGMA MEDIA GmbH durch einen Auftrag vor dessen berechtigter Ablehnungen entstanden sind, hat der Auftraggeber auf Verlangen zu erstatten. Im Falle einer berechtigten Ablehnung stehen dem Auftraggeber keine Schadensersatzansprüche oder Rücktrittsrechte zu. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist nur gegeben, wenn der Ablehnungsgrund entfallen ist und die Werbeschaltung noch zur planmäßigen Zeit über den geplanten Sender in dem vereinbarten Empfangsbereich ausgestrahlt werden kann.

§ 7. Pflichtverletzungen des Auftraggebers

- a. Entstehen Mehrkosten, weil der Auftraggeber das Sendematerial entgegen Ziffer 4 Absatz 1 dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen verspätet abliefern oder fehlerhaftes Sendematerial zur Verfügung stellt, so hat der Auftraggeber der MAGMA MEDIA GmbH die Mehrkosten auf Verlangen zu erstatten.
- b. Verstoßen Inhalt oder Form des Werbemittels entgegen der Gewährleistung des Käufers aus Ziffer 4 Abs. 2 dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten oder sind wettbewerbswidrig, hat der Auftraggeber die MAGMA MEDIA GmbH und / oder den jeweiligen Sender auf erstes Anfordern von Ansprüchen Dritter freizustellen.
- c. Absatz 2 gilt entsprechend, wenn der Ausstrahlung der Werbeschaltungen entgegen Ziffer 4 Absatz 4 dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen Rechte Dritter entgegenstehen oder das Rundfunknutzungsrecht nicht auf den oder die Sender bzw. auf die zur Sendeabwicklung beauftragte Dritte übertragen werden kann. In den Fällen der Absätze 2 und 3 hat der Auftraggeber der MAGMA MEDIA GmbH und / oder dem betroffenen Sender den darüberhinausgehenden Schaden zu ersetzen, es sei denn, die MAGMA MEDIA GmbH oder der betroffene Sender haben den Mangel im Zeitpunkt der Ausstrahlung gekannt oder grob fahrlässig verkannt.

§ 8. Abtretung, Aufrechnung und Ausübung von Zurückbehaltungsrechten

Die Abtretung etwaiger Forderungen des Auftraggebers gegen die Magma Media GmbH ist ausgeschlossen. Des Weiteren ist der Auftraggeber zur Aufrechnung oder Ausübung eines Zurückbehaltungsrechtes nur berechtigt, wenn über die Gegenforderung, mit der aufgerechnet werden soll, rechtskräftig entschieden worden ist oder die Magma Media GmbH diese Forderung ausdrücklich textlich anerkannt hat.

§ 9. Gerichtsstand, Anwendbarkeit entgegenstehender AGB

- a. Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Aufträge. Entgegenstehende Geschäftsbedingungen sind ausgeschlossen.
- b. Erfüllungsort und im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten und juristischen Personen des öffentlichen Rechts ausschließlicher Gerichtsstand ist Augsburg. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss etwaigen internationalen Rechts, insbesondere des UN-Kaufrechts.
- c. Sollten einzelne oder Teile der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so bleibt die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen davon unberührt. Die Parteien sind verpflichtet, eine etwaige unwirksame Bestimmung durch eine wirksame zu ersetzen, die der unwirksamen inhaltlich möglichst nahekommst.