

VOORWAARDEN INKOOP SPOTZENDTIJD RTL TV-ZENDERS 2010

1. INKOOP RTL NEDERLAND PRODUCTEN

- Voor alle genoemde producten van RTL Nederland B.V. (hierna te noemen: RTL Nederland) geldt: zolang de voorraad strekt.
- Topevenementen die worden ingedeeld bij het Top Time Pakket worden uitgesloten voor andere tijdvakpakketten.
- De minimale looptijd van een pakket, met uitzondering van Specifieke GRP, is 7 dagen. Een kortere looptijd is alleen mogelijk door 1 tot 3 dagen uit te sluiten. Hiervoor geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief. Pakketten waarbij meer dan 3 dagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Indien de looptijd van een pakket langer is dan 8 dagen, bestaat de mogelijkheid om zonder toeslag een weekdag uit te sluiten. Wanneer er 2 of 3 weekdagen worden uitgesloten, geldt een toeslag van 5%. Pakketten waarbij meer dan 3 weekdagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Na afloop van de maand worden alle over- en onderscores van de bij ons ingekochte pakketten, met uitzondering van Specifieke GRP, op campagneniveau met elkaar verrekend, echter nooit boven het totaal aangevraagde budget.
- Indien het budget of de looptijd van de oorspronkelijke aanvraag gedurende de maand wordt verlaagd of verkort, wordt het pakket afgerekend op basis van het aantal gerealiseerde GRP's.
- Reeds geboekte pakketspots kunnen niet worden omgeboekt naar een RTL Nederland pakket met een lagere productindex.
- Een tijdvakpakket met uitzondering van enkele doelgroepen in het Daytime Pakket wordt op alle RTL tv-zenders ingedeeld. Voor het uitsluiten van een zender geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief.
- Het Sturing Vast Pakket wordt ingedeeld op minimaal 3 RTL tv-zenders. Pakketten waarbij twee of meer tv-zenders worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifiek Fixed Budget of Specifieke GRP.
- De toegang tot een reclameblok wordt bepaald door de producthiërarchie.
- De producthiërarchie geldt niet voor bonuszendtijd. Bonuszendtijd is te allen tijde verplaatsbaar door RTL en is niet in te zetten als Specifieke GRP en Specifiek Fixed Budget.
- Pakketten ingekocht in bonuszendtijd worden afgerekend op behaalde GRP's.
- De GRP's worden gemeten op blokniveau en afgerekend op basis van blokkijkdichtheden. Hierbij wordt de door SKO gebruikte currency gehanteerd.
- Voor alle RTL tijdvakpakketten en themapakketten behoudt RTL Nederland zich het recht voor om spots naar eigen inzicht te verplaatsen.
- Bij alle pakketvormen heeft RTL Nederland het recht bij dreigende over- en onderscores te optimaliseren. Bij Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP en Sturing Vast Pakket zal dit in overleg met de adverteerder gaan. De prognoses van RTL Nederland zijn te allen tijde het uitgangspunt.
- Voor Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP en het Sturing Vast Pakket moet de aangevraagde selectieve blokselectie per zender respectievelijk 150%, 150% en 200% van het aangevraagde budget vertegenwoordigen.

- Indien bij het aanvragen van een programmeringspakket de blokselectie onvolledig is en/of niet voldoet aan de selectiviteitseis, wordt uw pakket niet ingedeeld.
- Voor de blokselecties bij Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP en het Sturing Vast Pakket geldt dat meerdere aangevraagde blokken in hetzelfde programma op dezelfde dag als één aangevraagd blok wordt beschouwd.
- Indien wij voor het sturingpakket, 4 dagen voor het einde van de subperiode nog geen blokselectie hebben ontvangen, boeken wij zelf blokken bij.
- Maximaal 30% van het campagnebudget is toegestaan in te zetten in het Top Time Pakket.
- Per pakket kunnen maximaal 3 verschillende spotlengtes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 3 spotlengtes geldt een toeslag van 5% per spotlengte op het netto GRP-tarief van het hele pakket.
- Per pakket kunnen maximaal 4 verschillende subperiodes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 4 subperiodes geldt een toeslag van 5% per subperiode op het netto GRP-tarief van het hele pakket.
- De minimale looptijd van een subperiode is 7 dagen.
- Voor alle RTL Nederland producten gelden pakketvoorwaarden en minimale GRP voorwaarden. Deze voorwaarden zijn per product verschillend en zijn terug te vinden in de 'Inkoopbrochure spotzendtijd 2010' en op www.rtl nederland.nl. De minimale GRP voorwaarden gelden per aangevraagde spotlengte.
- Indexcorrectie geldt alleen bij meerlingspots die bestaan uit een basisspot en een reminder, waarbij de reminder terugverwijst naar, en niet los uitgezonden kan worden van, de basisspot.
- Bij meerlingspots gelden de minimale GRP-voorwaarden voor de hoofdsport.
- Bij de mogelijkheid afrekenen per flight, dient de looptijd van de flight maandoverschrijdend te zijn. Binnen deze flight worden de behaalde GRP's van de verschillende maanden met elkaar verrekend. Flights die binnen een maand worden ingezet die niet met elkaar worden verrekend, kunnen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Aanvragen worden uitsluitend door RTL Nederland in behandeling genomen, indien het product waarvoor het wordt aangevraagd naar het oordeel van RTL Nederland past bij de aangegeven doelgroep.
- Productexclusiviteit is niet van toepassing in de RTL Z en RTL Lounge reclameblokken.
- Alle netto GRP tarieven zijn inclusief bureaucommissie en exclusief productiekosten en BTW.
- Indien de starttijd van de uitzending van een reclameblok meer dan 10 minuten afwijkt van het oorspronkelijk vastgestelde tijdstip en daardoor in een tijdvak wordt uitgezonden dat een goedkopere productindex heeft, moet de adverteerder hiervan binnen 10 werkdagen schriftelijk bericht geven aan RTL Nederland. RTL Nederland zal uitsluitend op verzoek het te veel in rekening gebrachte bedrag compenseren in bonuszendtijd.
- Adverteerders van erotisch getinte producten kunnen op RTL 4 alleen reclamezendtijd inkopen vanaf 24.00 uur, op RTL 5 en RTL 7 vanaf 23.30 uur en op RTL 8 vanaf 24.00 uur. Daarnaast kunnen zij rondom alle erotisch getinte programma's reclamezendtijd inkopen. Voor deze adverteerders gelden aanvullende richtlijnen.
- Naast bovenstaande voorwaarden is in de brochure 'Inkoopbrochure Spotzendtijd 2010' op www.rtl nederland.nl een overzicht van de inkoopmogelijkheden in 2010 met bijbehorende voorwaarden per RTL Nederland product te vinden.

1.1 INKOOP BEST SPOT EN VOORKEURSPOSITIE

- Voor voorkeursposities uit concerncontract wordt een toeslag berekend op het netto GRP-tarief. De toeslagen zijn te vinden in de 'Inkoopbrochure spotzendtijd RTL Nederland 2010'.
- De waarde van voorkeursposities wordt gebaseerd op gerealiseerde GRP's.
- De inkoop van een Best Spot is alleen mogelijk bij inkoop op basis van Specifiek Fixed Budget en Specifieke GRP.
- Spots die geboekt zijn met een Best Spot of betaalde voorkeurspositie, kunnen desgewenst omgezet worden op een andere campagne. Echter, de toeslag zal ook dan van kracht blijven.
- Voor een Best Spot geldt een minimum spotlengte van 15 seconden.
- Een betaalde voorkeurspositie krijgt voorrang op eventueel in 2010 overeengekomen voorkeursposities vanuit het concerncontract.
- De toeslagen worden berekend op het netto GRP-tarief van de gehele spotlengte.

1.2 INKOOP RTL NETTO BEREIKSPAKKET

- De voorwaarden van de concerncontracten zijn niet van toepassing op het RTL Bereikscampagnes.
- In de periode van 1 januari tot en met 31 december 2010 kan per adverteerder maximaal één keer van deze RTL Bereikspakket aanbieding gebruik worden gemaakt.
- Het televisiebudget van de adverteerder dient tijdens de maanden waarin gebruik wordt gemaakt van het Netto Bereikspakket voor minimaal 75% bij RTL Nederland te worden besteed. Dit bestedingsaandeel wordt geleverd aan de hand van SKO-gegevens en/of door de adverteerder te verstrekken gegevens.
- Als achteraf blijkt dat de adverteerder niet aan alle voorwaarden van het RTL Bereikspakket heeft voldaan, behoudt RTL Nederland zich het recht voor een boete van 10% van het netto budget aan de adverteerder door te berekenen.
- Bij de aanvraag voor reclamezendtijd in een bepaalde maand dient adverteerder aan te geven voor welk product adverteerder van het RTL Bereikspakket gebruik wenst te maken, evenals om welke doelgroep en welk netto bereiksniveau het gaat. De aanvraag voor het RTL Bereikspakket dient uiterlijk op de aanvraagdatum, zoals deze op www.rtl nederland.nl bij de betreffende maand staat vermeld, in het bezit van RTL Nederland te zijn.
- Het gegarandeerde netto bereik beperkt zich nadrukkelijk tot de zeven doelgroepen waarvoor het RTL Bereikspakket wordt aangeboden. RTL Nederland evalueert de mediaprestatie zo spoedig mogelijk na afloop van de campagne met behulp van het kijkonderzoek van SKO.
- RTL Nederland zal naar beste vermogen trachten het afgegeven netto bereiksniveau te realiseren. Indien het gegarandeerde netto bereiksniveau niet wordt gehaald, zal het relatieve verschil worden gecompenseerd door middel van bonuszendtijd op basis van het netto budget. Bijvoorbeeld: een campagne die binnen de aangegeven doelgroep niet het afgesproken netto bereikpercentage van 50%, maar slechts 48% realiseert, krijgt 4% (2/50) van het netto budget gecompenseerd in bonuszendtijd.
- Voor het RTL Bereikspakket zijn de in paragraaf 3 beschreven spotindices van toepassing.
- In de tarieven zijn geen productie-, ontwikkelings- en/of andere externe kosten begrepen. Als dergelijke kosten worden gemaakt, worden deze in elk geval gedragen door de adverteerder en afzonderlijk door RTL Nederland in rekening gebracht. Bovendien zijn hierop geen kortingen van toepassing.

- Alle genoemde bedragen in het RTL Bereikspakket brochure zijn exclusief BTW. Een exemplaar is op aanvraag verkrijgbaar en is tevens te vinden op www.rtl nederland.nl.
- De Algemene Voorwaarden van RTL Nederland B.V. zijn voor het RTL Bereikspakket onverminderd van toepassing.

1.3 LOCAL AD INSERTION

- In overleg met RTL Nederland is regionale segmentatie van campagnes mogelijk. Voor regionale differentiatie moet een nationale commercial aanwezig zijn met regionale varianten.
- De commercials moeten voldoen aan de Technische Voorschriften zoals gesteld door RTL Nederland. Deze Technische Voorschriften zijn op aanvraag verkrijgbaar en te vinden op www.rtl nederland.nl.
- Local Ad Insertion is mogelijk bij alle pakketten zoals beschreven in de 'Inkoopbrochure spotzendtijd RTL Nederland 2010'.

1.4 RED BUTTON ADVERTISING

- In overleg met RTL Nederland is Red Button Advertising mogelijk. Hierbij wordt de commercial voorzien van een watermerk, die de Red Button activeert.
- Het is niet toegestaan om een (digitaal) watermerk of een ander verborgen signaal in audio, video of teletekstdata in een programma, commercial, commerciële promo of andersoortige uiting te verwerken, tenzij hiervoor expliciet toestemming van RTL Nederland is gevraagd en verkregen
- Een Red Button campagne is alleen in te kopen met een Sturing Vast Pakket, Specifieke GRP en Specifiek Fixed Budget.
- Bij de inzet van een Red Button campagne is inkoop van laatste positie verplicht. Hiervoor geldt geen toeslag. De positie wordt wel in mindering gebracht op contractafspraken met betrekking voorkeursposities.
- Voor Red Button Advertising geldt een toeslag van 10% op het netto GRP-tarief.

1.5 Special Advertising

- De inkoop van de Special Advertising producten gaat op GRP basis waarbij de door u afgesproken Basis contract jaarprijs het uitgangspunt is. Hierbij geldt een minimale basis jaarprijs: €600,-. De genoemde basis jaarprijs is voor de doelgroep 20-49 jaar en de spotlengte 30".
- Minimale spotlengte bij een Identspot: 20 seconden (bij de berekening wordt 5 seconden extra gerekend i.v.m. de overgang van de RTL zendervormgeving naar de commercial).
- Maximale spotlengte bij een Framesplit: 15 seconden.
- Maximale spotlengte bij een Overlay/Banner: 10 seconden.
- Creatie en productiebegeleiding ligt in handen van RTL Nederland.
- Onderscores worden als tegoed bij toekomstige campagnes ingezet.
- Minimale campagne grootte: € 50.000,- (exposure kosten).
- Aanleveren materiaal: het beschikbare (ruwe materiaal en/of de commercial) dienen uiterlijk 2 weken voor uitzenddatum aangeleverd te worden bij RTL Nederland.
- Alle genoemde bedragen zijn excl. btw en productiekosten en incl. bureau commissie.

2. ONVOORZIENE UITZENDING

RTL Nederland behoudt zich het recht voor om, in geval van een niet gepubliceerde onvoorziene uitzending van een speciaal evenement of bijzonder programma, de reclameblokken rondom en/of in de break(s) van een dergelijke uitzending aan te passen.

3. SPOTINDEX

Gepubliceerde netto GRP tarieven en GRP tarieven vastgelegd in een contract zijn gebaseerd op een spotlengte van 30 seconden en zijn uitdrukkelijk verbonden aan de doelgroep. Het is uitsluitend mogelijk af te wijken van deze netto GRP tarieven bij een spotlengte anders dan 30 seconden. Voor deze spots hanteert RTL Nederland de volgende indexering:

Spotduur	Index
5 seconden	40
10 seconden	50
15 seconden	60
20 seconden	75
25 seconden	85
30 seconden	100
35 seconden	115
40 seconden	130
45 seconden	145
50 seconden	160
55 seconden	170
60 seconden	180
langer dan 60 seconden	naar rato van een 60 seconden spot

4. DOELGROEPIINDEX

In het contract wordt naast het netto GRP-tarief van de hoofddoelgroep ook het netto GRP-tarief van de doelgroep 20-49 jaar vastgelegd. Op basis van het netto GRP-tarief op de doelgroep 20-49 jaar worden met behulp van de hieronder vermelde vaste doelgroepindexen de tarieven op overige doelgroepen berekend. RTL Nederland hanteert de volgende indexering:

Spotduur	Index
20-49 jaar	100
Boodschappers 20-49 jaar	94*
Boodschappers met kind	93
20-34 jaar	102**
Vrouwen 20-34 jaar	90
Mannen 20-34 jaar	111
Vrouwen 20-49 jaar	90****

Mannen 20-49 jaar	103***
20-49 jaar AB1	112
Mannen 20-49 jaar AB 1	115
35-49 jaar	98
Vrouwen 35-49 jaar	91

* Bij Specifieke Inkoop op RTL4 doelgroepindex: 92

** Bij Specifieke Inkoop op RTL5 doelgroepindex: 100

*** Bij Specifieke Inkoop op RTL7 doelgroepindex: 101

**** Bij Specifieke Inkoop op RTL8 doelgroepindex: 88

5. AANVRAGEN VAN SPOTZENDTIJD

Spotzendtijd dient per RTL Nederland product, onder vermelding van de naam van de adverteerder en per campagne te worden aangevraagd.

6. BEVESTIGING GEBOEKTE SPOTZENDTIJD

De aanvrager ontvangt van RTL Nederland een orderbevestiging in de vorm van een digitaal uitzendschema.

Het door RTL Nederland bevestigde uitzendschema geldt als geboekt. De aanvrager kan de geboekte spotzendtijd tot uiterlijk 3 werkdagen voor uitzending intrekken, mits dit schriftelijk aan RTL Nederland wordt gemeld.

RTL Nederland is gerechtigd om over de door de aanvrager ingetrokken spotzendtijd vrijelijk te beschikken.

RTL Nederland is niet aansprakelijk indien (onder andere door multi product advertising, zie hoofdstuk 7) in hetzelfde reclameblok tv-spots voor gelijksoortige producten van concurrerende adverteerders worden uitgezonden.

7. ANNULERINGEN

Indien een adverteerder zendtijd annuleert, is RTL Nederland gerechtigd over het niet uitgevoerde deel van de geboekte zendtijd vergoedingen in rekening te brengen zoals beschreven in paragraaf 7.1 en 7.2.

7.1 ANNULERING BINNEN DRIE WERKDAGEN

Indien de annulering twee werkdagen of minder vóór de uitzenddatum plaats vindt, is RTL Nederland gerechtigd om 100% annuleringskosten over de geannuleerde spots in rekening te brengen. De annuleringskosten worden opgehoogd met 19% BTW. Op deze annuleringskosten is bureaucommissie van toepassing.

7.2 ANNULERING MEER DAN 25% VAN OORSPRONKELIJK GEBOEKT BEDRAG

Indien meer dan 25% van het oorspronkelijk geboekte bedrag wordt afgeboekt op adverteerderniveau, is RTL Nederland gerechtigd om 4% annuleringskosten over de geannuleerde spots in rekening te brengen. De

annuleringskosten worden verhoogd met 19% BTW. Bureaucommissie is niet van toepassing op deze annuleringskosten.

Aanvullend op deze annuleringsregeling geldt het volgende:

- Voor het vaststellen van het oorspronkelijk geboekte bedrag van de totale campagne(s) wordt het totaal aangevraagde budget van deze campagne(s) opgeteld.
- Het oorspronkelijk aangevraagde budget wordt door RTL Nederland vastgesteld op de dag nadat RTL Nederland de initiële offertes heeft verstuurd. Deze dag wordt het zogenaamde 'nulpunt' genoemd. Op TIP www.rtl nederland.nl staat vermeld wanneer de initiële offertes worden verstuurd.
- Een campagne die ná het nulpunt wordt aangevraagd, worden meegenomen in de beginstand en vallen dus onder deze annuleringsregeling.
- Verschuivingen tussen campagnes zijn alleen toegestaan binnen eenzelfde adverteerder. Mocht na afloop van de maand blijken dat op adverteerderniveau meer dan 25% is afgeboekt, dan zullen de annuleringskosten alsnog berekend worden over de betreffende campagnes.
- Een campagne die is aangevraagd, maar vóór het nulpunt weer wordt teruggetrokken, valt niet onder de annuleringsregeling.
- Over annuleringen, waarover reeds eerder 100% annuleringskosten berekend zijn, worden de 4% annuleringskosten niet berekend.
- Indien door toedoen van RTL Nederland het aangevraagde budget niet geheel kan worden geplaatst, wordt dit bedrag in mindering gebracht op het oorspronkelijk geboekte bedrag en zal dit niet als annulering worden beschouwd.
- Verschuiving van het budget naar een andere maand wordt gezien als een annulering en valt daarom onder de annuleringsregeling.
- Verlaging van het budget als gevolg van verkorten spotlengte of wijziging in programmering wordt beschouwd als een annulering en valt daarom onder de annuleringsregeling.
- Verlaging van het budget als gevolg van distributieproblemen van de adverteerder, uitspraken van overheid- of branche-instanties, door adverteerder of RTL Nederland afgekeurde spots, spots die niet op tijd klaar zijn, gewijzigde strategie van de adverteerder of uitstel van een campagne door de adverteerder of andere vergelijkbare wordt beschouwd als een annulering en valt daarom onder de annuleringregeling.

8. VERREKENING CONCERN CONTRACT

Totdat het concerncontract voor 2010 is afgesloten met RTL Nederland geschiedt de inkoop op basis van netto GRP werkprijzen. Indien het contract voor 31 maart 2010 wordt afgesloten, vindt een cc verrekening plaats. In het geval dat de contractprijs lager ligt dan de werkprijs, vindt de verrekening plaats op basis van de totaal behaalde GRP's. Het bedrag uit deze verrekening wordt gecompenseerd in bonus zendtijd.

9. MULTI PRODUCT ADVERTISING

Het is de adverteerder slechts na schriftelijke toestemming door RTL Nederland voorafgaand aan de aanvang van de campagne, toegestaan om in de door hem geboekte reclamezendtijd op één of meerdere RTL tv-zenders spots te doen uitzenden, waarin verschillende producten of diensten van dezelfde adverteerder worden getoond en/of genoemd. Voor multi product advertising kan een toeslag worden geheven.

10. JOINT ADVERTISING EN/OF JOINT PROMOTION

Het inkopen van een joint promotion en/of joint advertising is alleen toegestaan indien voorafgaand aan de campagne schriftelijk toestemming is verkregen door RTL Nederland. Het storyboard of de spot dient tegelijkertijd met de aanvraag bij RTL Nederland aanwezig te zijn voor een beoordeling.

10.1 HOOFD- EN BIJADVERTEERDER

Tijdens de keuring van de spot door RTL Nederland moet aan RTL Nederland duidelijk zijn wie de hoofdadverteerder is en door wie de zendtijd is aangevraagd. Het onderscheid tussen hoofd- en bijadverteerder is af te leiden aan de mate van aanwezigheid van beide partijen in de spot, het gebruik van huisstijlen en herkenbare muziek (look and feel). Joint promotion en/of advertising campagnes kunnen alleen geplaatst worden op het contract van de hoofdadverteerder.

Retailers die adverteren met hun productassortiment, betalen geen toeslag. Het dient echter wel duidelijk te zijn dat de retailer de zendtijd aanvraagt. De spot dient dan ook de 'look and feel' van de retailer te hebben.

10.2 TOESLAG VOOR JOINT PROMOTION EN/OF JOINT ADVERTISING

RTL Nederland beslist of de spot een joint promotion en/of joint advertising betreft en of de adverteerder een joint toeslag dient te betalen. De toeslag voor een joint promotion en/of joint advertising is 10% op het netto GRP-tarief. Bij meerlingspots wordt de toeslag over zowel de basisspot als de reminder(s) berekend. Indien een toeslag wordt geheven, wordt er één extra concurrentie code aan het product toegekend.

De adverteerder dient bij zijn aanvraag aan te geven dat het een joint promotion en/of joint advertising betreft. Mocht deze melding achterwege blijven en RTL Nederland ontdekt gedurende de looptijd van de campagne dat het een joint promotion en/of advertising betreft, dan wordt de toeslag met terugwerkende kracht berekend.

Er is sprake van een joint promotion/joint advertising, indien:

- het logo van de bijadverteerder langer dan 3 seconden wordt getoond of
- het logo van de bijadverteerder prominent (beeldvullend) wordt getoond of
- de spot zowel een logo als gesproken tekst van de bijadverteerder bevat of
- de huisstijl van de bijadverteerder gedurende de hele spot opvallend wordt getoond of
- in de spot herkenbare muziek te horen is, die bij de huisstijl van de bijadverteerder hoort;

11. CAMPAGNES TEN BEHOEVE VAN TELEVISIESTATIONS

Het is televisiestations, die niet tot RTL Nederland behoren, slechts na schriftelijke toestemming door RTL Nederland voorafgaand aan de aanvang van de campagne toegestaan te adverteren op één van de RTL tv-zenders. Joint promotion en joint advertising van een televisiestation is niet toegestaan.

12. UITZENDINSTRUCTIES EN AANLEVERING SPOTS

Uitzendinstructies en tv-spots dienen te worden aangeleverd conform de Technische Voorschriften gestelde eisen. Deze Technisch Voorschriften zijn van toepassing op alle spotboekingen en -uitzendingen van RTL Nederland. Op verzoek zal RTL Nederland deze verstrekken. Tevens zijn ze te bekijken op www.rtlnederland.nl.

Het is niet toegestaan om een (digitaal) watermerk of een ander verborgen signaal in audio, video of teletekstdata in een programma, commercial, commerciële promo of andersoortige uiting te verwerken, tenzij hiervoor expliciet toestemming van RTL Nederland is gevraagd en verkregen.

De minimumlengte van tv-spots bedraagt vijf seconden.

Bij overschrijding van de geboekte spotlengte is RTL Nederland gerechtigd de spotlengte naar boven af te ronden op het eerst volgende vijftal en op basis hiervan het netto GRP-tarief in rekening te brengen.

Aanlevering van spots dient te geschieden onder vermelding van de naam van de adverteerder en de campagne.

13. OVERIGE RICHTLIJNEN

Voor aanbieders van (non-)erotische, premium entertainmentdiensten via sms en/of ivr op TV en ook voor commercials en/of homeshopping spots of programma's met betrekking tot erotische diensten gelden aanvullende richtlijnen. Deze zijn terug te vinden op www.tipnl.nl

14. TOEPASSING ALGEMENE VOORWAARDEN VAN RTL NEDERLAND

De Algemene Voorwaarden van RTL Nederland, gedeponereerd ter griffie van de arrondissementsrechtbank te Amsterdam zijn van toepassing op alle spotboekingen en -uitzendingen van RTL Nederland. Op verzoek zal RTL Nederland deze ter hand stellen. Tevens zijn ze te bekijken op www.rtl nederland.nl.