

# brand deli<sup>®</sup>

## ALGEMENE ADVERTENTIE VOORWAARDEN 2019

24Kitchen

BBC  
FIRST

COMEDY CENTRAL

Discovery

Disney  
CHANNEL

Disney  
XD

EUROSPORT II

FOX

FOX  
SPORTS

ID

Momio

MV

NATIONAL  
GEOGRAPHIC

nickelodeon.

DRN  
DMSDEP  
RECLAME  
NEDERLAND

Spike

TLC

Twitter

## ALGEMENE ADVERTENTIEVOORWAARDEN 2019

### Inhoudsopgave

ARTIKEL 1. DEFINITIES .....	3,4 en 5
ARTIKEL 2. TOEPASSELIJKHEID VOORWAARDEN.....	5
ARTIKEL 3. MEDIACONTRACTEN ALGEMEEN .....	6
ARTIKEL 4. HET BUREAU .....	6
ARTIKEL 5. DOOR DE ADVERTEERDER AANGELEVERDE ADVERTENTIES .....	7
ARTIKEL 6. AANLEVERING ADVERTENTIES .....	8
ARTIKEL 7. AANPASSING MEDIA INVESTERING .....	8 en 8
ARTIKEL 8. VERGOEDING EN BETALING .....	9
ARTIKEL 9. TOEREKENBARE TEKORTKOMING, AANSPRAKELIJKHEID .....	10
ARTIKEL 10. OVERMACHT, FAILLISSEMENT .....	10 en 11
ARTIKEL 11. DIVERSEN .....	11
ARTIKEL 12. ALGEMEEN.....	12 en 11
ARTIKEL 13. WERKAFSPRAAK .....	13 en 13
ARTIKEL 14. VERREKENING, BONUSZENDTIJD.....	14
ARTIKEL 15. ANNULERINGSREGELING SPOTZENDTIJD .....	14 en 14
ARTIKEL 16. ALGEMEEN.....	15
ARTIKEL 17. CONTENT .....	15 en 15
ARTIKEL 18. RECHTEN.....	16 en 15
ARTIKEL 19. ANNULERINGSREGELING BRAND PARTNERSHIPS .....	16
ARTIKEL 20. ALGEMEEN.....	17
ARTIKEL 21. COMPENSATIE VAN ONDERSCORES.....	17
ARTIKEL 22. ANNULERINGSREGELING ONLINE.....	17
ARTIKEL 23. TECHNISCHE MAATREGELEN.....	17

## I. ALGEMEEN

### ARTIKEL 1. DEFINITIES

In deze Algemene Advertentievoorwaarden wordt verstaan onder:

**“Adverteerder”**: de natuurlijke of rechtspersoon die, al dan niet door tussenkomst van een Bureau, met BrandDeli een Mediacontract aangaat en/of aan wie BrandDeli op enigerlei wijze aanbiedingen of offertes voor het aangaan van een Mediacontract doet;

**“Advertentie”**: elke (promotionele) uiting die bestemd is om binnen dan wel buiten Spotzendtijd aan het publiek te worden getoond, waaronder, maar niet beperkt tot Spots, Billboards en pre-rolls, inclusief alle losse componenten (zoals beeldmateriaal, merken, logo's en audio);

**“Advertentieruimte”**: de op de Zenders en/of Websites voor Advertenties beschikbare ruimte, uitgedrukt in voor de betreffende Advertentievorm gangbare eenheden;

**“Basisprijs”**: de tussen BrandDeli en de Adverteerder overeengekomen prijs per GRP ten behoeve van de door de Adverteerder in te kopen Spotzendtijd, exclusief eventueel van toepassing zijnde Indices;

**“Billboard”**: een uiting die buiten Spotzendtijd op een of meerdere Zenders wordt uitgezonden, ter identificatie van de Adverteerder als sponsor van het daaropvolgende of daaraan voorafgaand uitgezonden programma;

**“BrandDeli”**: BrandDeli C.V., ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 58982108, gevestigd en kantoorhoudende aan de Toetsenbordweg 26, 1033 MZ te Amsterdam;

**“Brand Partnerships”**: alle vormen van exposure voor een merk, product en/of dienst van de Adverteerder anders dan via reguliere inkoop van Spotzendtijd en Online Advertentieruimte, zoals (maar niet beperkt tot) Billboards, short form content, programmasponsoring, gesponsorde formats en activatiecampagnes, zowel on-air als online;

**“Bonuszendtijd”**: Spotzendtijd die door BrandDeli aan de Adverteerder wordt toegekend bovenop hetgeen is overeengekomen en/of reeds is geleverd, zonder dat de Adverteerder hiervoor extra betaalt in geld;

**“Budget”**: de (waarde van de) door de Adverteerder aangevraagde Advertentieruimte ten behoeve van een of meerdere Campagne(s);

**“Bureau”**: het media- of reclamebureau dat al dan niet in naam en voor rekening van een Adverteerder met BrandDeli een Mediacontract sluit en/of Advertentieruimte aanvraagt ten behoeve van een Adverteerder;

**“Campagne”**: alle in een bepaalde periode bij BrandDeli af te nemen Advertentieruimte ter promotie van één specifiek merk, product, en/of dienst van de Adverteerder;

**“Campagneaanvraag”**: een concreet verzoek tot het afnemen van Advertentieruimte ten behoeve van een Campagne;

**“Content”**: door of namens BrandDeli in het kader van een Mediacontract Brand Partnerships te creëren en/of produceren content, waaronder, maar niet beperkt tot Campagneconcepten,



Advertenties, characters en audio, inclusief al het losse materiaal dat daar onderdeel van uitmaakt en restmateriaal;

“**CPM**”: Cost Per Mille, zijnde de prijs per 1.000 Impressies.

“**Exploitant**”: de exploitant van een Zender of Website die door BrandDeli commercieel wordt vertegenwoordigd;

“**GRP**”: Gross Rating Point, zijnde de Kijkdichtheid binnen de betreffende doelgroep; 1 GRP staat voor 1% bruto bereik;

“**Impressie**”: elke vertoning van een online Advertentie aan een bezoeker van een Website;

“**Index (Indices)**”: een toeslag en/of korting die van toepassing kan zijn op de afname van Spotzendtijd, zoals vermeld op de Tariefkaart;

“**Jaarcontract**”: een Mediacontract op grond waarvan de Adverteerder zich verplicht in een bepaalde periode (van doorgaans een kalenderjaar) een bepaalde Media Investering te doen;

“**Kijkdichtheid**”: de gerealiseerde kijkdichtheid op basis van de door de Stichting Kijkonderzoek (SKO) gepubliceerde kijkcijfers, inclusief gastkijkers en uitgesteld kijken;

“**Mediacontract**”: elke overeenkomst tussen BrandDeli en de Adverteerder met betrekking tot de afname van Spotzendtijd, Brand Partnerships en/of Online Advertentieruimte, ongeacht de wijze waarop en/of de vorm waarin deze tot stand komt;

“**Media Investering**”: het bedrag waarvoor de Adverteerder zich verplicht om gedurende een bepaalde periode Advertentieruimte bij BrandDeli af te nemen;

“**Onderscore**”: het realiseren van minder GRP's c.q. impressies binnen een Campagne dan het aantal GRP's c.q. impressies dat de Adverteerder op basis van het Budget toekomt;

“**Online Advertentieruimte**”: de Advertentieruimte op de Websites, uitgedrukt in CPM, tenzij anders vermeld;

“**Overscore**”: het realiseren van meer GRP's c.q. impressies binnen een Campagne dan het aantal GRP's c.q. impressies dat de Adverteerder op basis van het Budget toekomt;

“**Productie Investering**”: de door de Adverteerder aan BrandDeli verschuldigde vergoeding voor door BrandDeli in het kader van een Brand Partnerships Campagne te creëren en/of te produceren Content;

“**Programmatic Advertising**”: het geautomatiseerd verhandelen van Online Advertentieruimte door middel van een realtime online veiling.

“**Reclameblok**”: het tot een bepaalde tijdsduur samengevoegd geheel van Advertenties met aan- en afmelding;

“**Specificaties**”: door de Exploitanten aan Advertenties gestelde eisen en restricties, op technisch en/of inhoudelijk vlak;

“**Spot**”: een Advertentie die (mede) bestemd is te worden uitgezonden in een of meer Reclameblokken op een of meerdere Zenders;

“**Spotzendtijd**”: Advertentieruimte voor de uitzending van Spots, uitgedrukt in GRP's;



“**Tariefkaart**”: het geheel van alle prijzen, Indices en overige (financiële) voorwaarden dat van toepassing is op de inkoop van Spotzendtijd, Brand Partnerships en Online Advertentieruimte, zoals door BrandDeli van tijd tot tijd gepubliceerd;

“**Vergoeding**”: het daadwerkelijke door de Adverteerder aan BrandDeli uit hoofde van een Mediacontract verschuldigde bedrag;

“**Voorkeursposities**”: de eerste, tweede, voorlaatste en laatste positie in een Reclameblok;

“**Voorwaarden**”: de onderhavige Algemene Advertentievoorwaarden;

“**Websites**”: de online platformen waarvan BrandDeli (een deel van de) Advertentieruimte verkoopt, met uitdrukkelijke uitzondering van Twitter;

“**Werkafspraak**”: een tijdelijk Mediacontract tussen BrandDeli en de Adverteerder, dat geldt gedurende de onderhandelingen voor een Jaarcontract;

“**Werkprijs**”: de Basisprijs die deel uitmaakt van de Werkafspraak;

“**Zender**”: een (lineaire en/of non-lineaire) televisiezender waarvoor BrandDeli (een deel van de) Advertentieruimte verkoopt.

## ARTIKEL 2. TOEPASSELIJKHEID VOORWAARDEN

- 2.1 Deze Voorwaarden zijn van toepassing op, en maken integraal onderdeel uit van alle Mediacontracten die tussen BrandDeli en de Adverteerder (al dan niet door tussenkomst van een Bureau) worden gesloten, tenzij uitdrukkelijk andere voorwaarden van toepassing zijn verklaard. Daar waar in deze Voorwaarden wordt verwezen naar het Mediacontract, worden daaronder tevens deze Voorwaarden begrepen.
- 2.2 Enige algemene voorwaarden van de Adverteerder en/of het Bureau zijn niet van toepassing op een Mediacontract.
- 2.3 In geval van tegenstrijdigheid, inconsistentie en/of afwijking tussen het bepaalde in deze Voorwaarden en een Mediacontract, gaat het bepaalde in het Mediacontract voor.
- 2.4 In geval van tegenstrijdigheid, inconsistentie en/of afwijking tussen de Nederlandse en de Engelse tekst van de Voorwaarden, gaat de Nederlandse tekst voor.
- 2.5 BrandDeli heeft het recht de Voorwaarden eenzijdig te wijzigen. De gewijzigde Voorwaarden treden in werking op het moment dat deze worden gepubliceerd op [www.BrandDeli.nl](http://www.BrandDeli.nl) en zijn vanaf dat moment van toepassing op alle lopende en nieuwe Mediacontracten.

## ARTIKEL 3. MEDIACONTRACTEN ALGEMEEN

- 3.1 Onverminderd het bepaalde in Artikel 3.2 kan de Advertentieruimte uit een Mediacontract alleen worden gebruikt ten behoeve van de Adverteerder zelf.
- 3.2 De Adverteerder kan een Mediacontract (mede) aangaan ten behoeve van aan zijn onderneming gelieerde vennootschappen waarvan de Adverteerder meer dan 51% van de aandelen bezit.
- 3.3 Een Mediacontract eindigt automatisch bij het verstrijken van de overeengekomen looptijd. Tenzij schriftelijk anders bepaald, is tussentijdse beëindiging van een Mediacontract niet



mogelijk. Bepalingen uit het Mediacontract die daartoe naar hun aard bedoeld zijn, blijven ook na het einde van het Mediacontract van kracht.

- 3.4 BrandDeli is gerechtigd een Campagne geheel of gedeeltelijk tussentijds te staken en/of een Mediacontract tussentijds geheel of gedeeltelijk te beëindigen, indien uitvoering van de Campagne c.q. nakoming van het Mediacontract door gewijzigde wet- of regelgeving redelijkerwijs niet meer van BrandDeli kan worden gevraagd.
- 3.5 BrandDeli is gerechtigd om naar eigen inzicht derden in te schakelen bij de uitvoering van een Mediacontract. BrandDeli blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de correcte nakoming van haar verplichtingen uit hoofde van het Mediacontract.

#### ARTIKEL 4. HET BUREAU

- 4.1 Het Bureau staat er voor in dat hij bij het aangaan van een Mediacontract c.q. het doen van een Campagneaanvraag handelt op basis van een toereikende last c.q. volmacht van de Adverteerder. BrandDeli is gerechtigd het Bureau te verzoeken deze last c.q. volmacht aan te tonen. Indien het Bureau hier naar het oordeel van BrandDeli niet in slaagt, wordt het Bureau geacht voor eigen rekening te handelen.
- 4.2 Het Bureau aanvaardt de toepasselijkheid van deze Voorwaarden ten aanzien van de Campagnes die hij namens een Adverteerder bij BrandDeli aanvraagt. Het Bureau staat er tevens voor in, dat de Adverteerder voor wiens rekening hij een Mediacontract sluit en/of een Campagneaanvraag doet, de toepasselijkheid van deze Voorwaarden aanvaardt.
- 4.3 Indien de Adverteerder zich gedurende de looptijd van een Mediacontract niet meer laat vertegenwoordigen door het Bureau dat hem vertegenwoordigde op het moment van aangaan van het betreffende Mediacontract, dient de Adverteerder op eerste verzoek van BrandDeli genoegzaam aan te tonen dat het opvolgende Bureau de verplichtingen van het oorspronkelijke Bureau overneemt voor de nog resterende looptijd van het Mediacontract.
- 4.4 Indien de Adverteerder gemotiveerd betwist dat het Bureau bevoegd was namens hem te handelen, is het Bureau jegens BrandDeli volledig aansprakelijk voor de nakoming van de aangegane verplichtingen.
- 4.5 Een Bureau dat als lasthebber of bemiddelaar voor een Adverteerder optreedt, is gehouden om de Adverteerder voorafgaand en op eigen initiatief te informeren over een eventueel eigen belang dat het Bureau heeft, financieel of anderszins dat gerelateerd is aan de door de Adverteerder bij BrandDeli gerealiseerde bestedingen en, indien van toepassing, bestedingsaandelen.

#### ARTIKEL 5. DOOR DE ADVERTEERDER AANGELEVERDE ADVERTENTIES

- 5.1 De Adverteerder garandeert dat door hem aangeleverde Advertenties:
- (i) geen inbreuk maken op enig recht van derden;
  - (ii) niet beledigend, aanstootgevend, obscene of anderszins in strijd met de openbare orde of goede zeden zijn;
  - (iii) de reputatie van BrandDeli en de Exploitanten op geen enkele wijze schaden;
  - (iv) BrandDeli en de Exploitanten niet blootstellen aan (het risico op) een strafrechtelijke of civiele procedure;
  - (v) geen verborgen signalen, software of andere elementen bevatten die een ander doel dienen dan het op normale wijze aan het publiek overbrengen van de Advertenties;

- (vi) voldoen aan alle toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder begrepen maar niet beperkt tot de Mediawet, de Nederlandse Reclame Code, Kijkwijzer en/of de Ofcom Broadcasting Code; en
  - (vii) voldoen aan de Specificaties. De Specificaties kunnen van tijd tot tijd wijzigen. BrandDeli zal Adverteerder zo goed mogelijk op de hoogte houden van de actuele Specificaties maar heeft geen invloed op wijzigingen van de Specificaties door de Exploitanten.
- 5.2 De Adverteerder garandeert voorts dat hij alle rechten, licenties en toestemmingen verkregen heeft die nodig zijn voor het gebruik van de Advertenties door BrandDeli en de Exploitanten in overeenstemming met het Mediacontract.
- 5.3 De Adverteerder is verantwoordelijk voor classificatie van door hem aangeleverde Advertenties volgens Kijkwijzer. Indien deze classificatie een beperking in de uitzending/vertoning van de betreffende Advertentie met zich meebrengt, dient de Adverteerder dit expliciet aan BrandDeli te melden.
- 5.4 De Adverteerder verleent BrandDeli en de Exploitanten het recht om in het kader van de uitvoering van het Mediacontract gebruik te maken van de Advertentie. Dit recht omvat mede alle intellectuele eigendomsrechten die onderdeel zijn van de Advertentie (zoals merkrechten, auteursrechten en naburige rechten). Onder 'gebruik' wordt mede begrepen openbaar maken, verveelvoudigen en/of distribueren op welke wijze dan ook via de kanalen van de in aanmerking komende Exploitanten, door middel van bijvoorbeeld satelliet, kabel, IPTV, ADSL, DSL, online en/of mobiele netwerken, ongeacht de wijze van aflevering (lineair/on demand) en ongeacht de relatie met de eindgebruiker (betaald of niet betaald) en ongeacht de wijze van uitzending (High definition of anderszins).
- 5.5 BrandDeli en/of de Exploitanten hebben het recht om, indien een Advertentie niet voldoet aan het in het Mediacontract bepaalde, of desnoods zonder opgave van redenen, Advertenties te weigeren dan wel het uitzenden/vertonen van Advertenties op elk moment te staken. BrandDeli noch de Exploitanten zijn aansprakelijk voor de door de Adverteerder in verband daarmee gemaakte kosten en/of geleden schade.

## ARTIKEL 6. AANLEVERING ADVERTENTIES

- 6.1 Advertentiemateriaal dient vóór de sluitingstijd bij BrandDeli te worden aangeleverd conform de van toepassing zijnde aanleverspecificaties, zoals gepubliceerd op [www.BrandDeli.nl](http://www.BrandDeli.nl). Wijzigingen ten aanzien van reeds aangeleverd Advertentiemateriaal na sluitingstijd (bijvoorbeeld in geval van calamiteiten) kunnen alleen plaatsvinden na goedkeuring van BrandDeli.
- 6.2 Het risico van tijdige en juiste aanlevering ligt bij de Adverteerder.
- 6.3 BrandDeli is niet aansprakelijk voor schade aan en/of verlies van door haar ontvangen Advertenties, tenzij haar ter zake opzet of grove nalatigheid kan worden verweten.
- 6.4 BrandDeli is niet gehouden Advertenties gedurende een bepaalde periode na laatste uitzending/vertoning te bewaren. BrandDeli is jegens de Adverteerder niet aansprakelijk voor schade in verband met de verwijdering van Advertenties.

## ARTIKEL 7. AANPASSING MEDIA INVESTERING

- 7.1 De Adverteerder kan BrandDeli na totstandkoming van een Jaarcontract schriftelijk laten weten de overeengekomen Media Investering naar boven bij te willen stellen. Alsdan gelden de volgende regels voor verrekening:
- indien de bijstelling wordt gedaan vóór 1 april 2019 zal de nieuwe Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 worden verrekend.
  - indien de bijstelling wordt gedaan op of na 1 april 2019 zal de nieuwe Basisprijs c.q. CPM ingaan per de eerste van de kalendermaand waarin Adverteerder schriftelijk heeft aangegeven de Media Investering te willen verhogen.
- 7.2 Indien de Adverteerder op enig moment gedurende de looptijd van een Jaarcontract verwacht de overeengekomen Media Investering niet te behalen, dient hij dit schriftelijk aan BrandDeli mee te delen. Alsdan gelden de volgende regels voor verrekening:
- indien de genoemde mededeling vóór 1 oktober 2019 door BrandDeli wordt ontvangen, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 worden aangepast en verrekend op basis van het aantal aangevraagde GRP's c.q. het aantal aangevraagde impressies.
  - indien de genoemde mededeling op of na 1 oktober 2019 door BrandDeli wordt ontvangen, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 worden aangepast en verrekend en voorts worden vermeerderd met 10% over het verschil tussen de overeengekomen Media Investering en de daadwerkelijk afgenomen Advertentieruimte.
  - indien de genoemde mededeling op of na 1 december 2019 door BrandDeli wordt ontvangen, of indien na het einde van het Jaarcontract blijkt dat de overeengekomen Media Investering niet is gerealiseerd, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 worden aangepast en verrekend en voorts worden vermeerderd met 20% over het verschil tussen de overeengekomen Media Investering en de daadwerkelijk afgenomen Advertentieruimte.
- 7.3 Indien de looptijd van een Jaarcontract niet gelijk is aan een kalenderjaar, worden de in dit artikel genoemde data verhoudingsgewijs aangepast, al naar gelang de looptijd van het betreffende Jaarcontract.

## ARTIKEL 8. VERGOEDING EN BETALING

- 8.1 De Vergoeding wordt bepaald op basis van de op enig moment geldende Tariefkaart, tenzij schriftelijk anders overeengekomen.
- 8.2 BrandDeli kan de Tariefkaart gedurende de looptijd van het Mediacontract aanpassen, in welk geval de aangepaste Tariefkaart vanaf de ingangsdatum van de aangepaste Tariefkaart van toepassing wordt op het Mediacontract.
- 8.3 Onverminderd de (hoofdelijke) aansprakelijkheid van de Adverteerder voor de nakoming van het Mediacontract, worden door een Bureau ingediende Campagneaanvragen aan het Bureau gefactureerd en is het Bureau jegens BrandDeli gehouden tot betaling van die facturen. Campagneaanvragen die rechtstreeks door de Adverteerder worden ingediend, worden aan de Adverteerder gefactureerd en Adverteerder is gehouden tot betaling van die facturen.



- 8.4 BrandDeli zal de verschuldigde Vergoeding maandelijks factureren. BrandDeli is gerechtigd vooruit te factureren en/of zekerheidsstelling te verlangen van het Bureau c.q. de Adverteerder.
- 8.5 Alle door BrandDeli gecommuniceerde prijzen zijn exclusief BTW, tenzij uitdrukkelijk anders vermeld.
- 8.6 De facturen van BrandDeli dienen binnen 30 dagen na factuurdatum te zijn voldaan, tenzij een andere termijn op de factuur is vermeld.
- 8.7 Bij gebreke van tijdige betaling is BrandDeli gerechtigd het opeisbare bedrag vanaf de vervaldatum te vermeerderen met de wettelijke handelsrente, waarbij een gedeelte van een maand wordt gerekend als de gehele maand. Voorts komen alle ((buiten)gerechtelijke) kosten die BrandDeli maakt in verband met de inning van het verschuldigde bedrag volledig voor rekening van het Bureau c.q. de Adverteerder. Deze kosten worden gesteld op ten minste 15% van de verschuldigde hoofdsom, vermeerderd met rente, met een minimum van €150.
- 8.8 Het Bureau c.q. de Adverteerder heeft 3 maanden de tijd om de juistheid van een factuur te betwisten of teveel betaalde bedragen terug te vorderen, te rekenen vanaf de factuurdatum. Na afloop van deze termijn kan geen beroep meer worden gedaan op de onjuistheid van een factuur. Gedeeltelijke betwisting van een factuur laat de verplichting tot betaling van het niet betwiste deel onverlet.
- 8.9 Betaling van een factuur wordt eerst in mindering gebracht op de eventueel op grond van Artikel 8.7 gemaakte incassokosten, vervolgens op de verschuldigde rente en daarna op het oorspronkelijke factuurbedrag.
- 8.10 Het is het Bureau c.q. de Adverteerder niet toegestaan een vordering op BrandDeli te verrekenen met facturen van BrandDeli.
- 8.11 Het is het Bureau c.q. de Adverteerder niet toegestaan op eigen initiatief enige (betalings-)korting in mindering te brengen op de facturen van BrandDeli.

#### **ARTIKEL 9. TOEREKENBARE TEKORTKOMING, AANSPRAKELIJKHEID**

- 9.1 Indien de Adverteerder toerekenbaar tekortschiet in de nakoming van zijn verplichtingen uit een Mediacontract heeft BrandDeli, onverminderd het bepaalde in Artikel 9.2, het recht de uitvoering van het Mediacontract op te schorten zolang het tekortschieten van de Adverteerder voortduurt.
- 9.2 Indien de Adverteerder, ook na schriftelijke ingebrekestelling door BrandDeli, waarbij hem een redelijke termijn is gegeven om alsnog aan zijn verplichtingen te voldoen, toerekenbaar tekort blijft schieten in de nakoming van zijn verplichtingen uit het Mediacontract, heeft BrandDeli het recht het Mediacontract geheel of gedeeltelijk te beëindigen. Het voorgaande laat de mogelijkheid tot beëindiging van het Mediacontract door BrandDeli op andere grondslagen onverlet.
- 9.3 Opschorting of beëindiging zoals in voorgaande leden bedoeld, ontslaat de Adverteerder niet van zijn verplichting tot betaling van de verschuldigde Vergoeding.
- 9.4 De Adverteerder is aansprakelijk voor en vrijwaart BrandDeli en de Exploitanten zowel in als buiten rechte van alle vorderingen, kosten, directe en indirecte schade die het gevolg zijn van een toerekenbare tekortkoming in de nakoming van een verplichting en/of een

schending van een garantie uit het Mediacontract door de Adverteerder, dan wel die anderszins gerelateerd zijn aan (de inhoud van) een Advertentie.

- 9.5 Elke aansprakelijkheid van BrandDeli uit hoofde van een Mediacontract of anderszins is beperkt tot vergoeding van directe schade, tot maximaal het bedrag gemoeid met de in verband met de specifieke Advertentieruimte, ten aanzien waarvan BrandDeli tekort is geschoten, verschuldigde Vergoeding.
- 9.6 BrandDeli is in geen geval aansprakelijk voor indirecte of gevolgschade waaronder begrepen (maar niet beperkt tot) gederfde winst, geleden verlies, verloren manuren, bedrijfsstagnatie, gemiste besparingen en/of imagoschade aan de zijde van de Adverteerder.
- 9.7 De beperkingen genoemd in de leden 9.5 en 9.6 van dit Artikel gelden mede ten behoeve van de hulppersonen en onderaannemers van BrandDeli, en de Exploitanten.

#### ARTIKEL 10. OVERMACHT, FAILLISEMENT

- 10.1 In geval van een overmachtssituatie aan de zijde van BrandDeli respectievelijk de Adverteerder is de andere partij gerechtigd zijn verplichtingen uit het Mediacontract voor de duur van de overmachtssituatie op te schorten. Indien de overmachtssituatie langer dan 30 aaneengesloten dagen heeft geduurd, heeft zowel BrandDeli als de Adverteerder het recht het Mediacontract geheel of gedeeltelijk te beëindigen zonder dat de andere partij in verband met de overmacht dan wel de beëindiging aansprakelijk is jegens de andere partij.
- 10.2 Voorraad- of distributieproblemen aan de zijde van de Adverteerder, het niet op tijd af zijn van een Advertentie, uitspraken van branche- of overheidsinstanties op grond waarvan een Advertentie niet (meer) mag worden uitgezonden/getoond, gewijzigde strategie aan de zijde van de Adverteerder en/of het Bureau, door BrandDeli of een Exploitant afgekeurde Advertenties of andere vergelijkbare oorzaken worden niet beschouwd als overmacht. Het geheel of gedeeltelijk annuleren van een Campagne in verband met een van deze oorzaken valt dan ook onder de van toepassing zijnde annuleringsregeling(en) zoals opgenomen in het Mediacontract.
- 10.3 BrandDeli heeft het recht een Mediacontract met onmiddellijke ingang te beëindigen onverminderd de verplichting van de Adverteerder tot betaling van de gehele Vergoeding indien:
- aan de Adverteerder surseance van betaling wordt verleend, dan wel diens faillissement wordt aangevraagd of uitgesproken;
  - de onderneming van de Adverteerder wordt ontbonden of anderszins ophoudt te bestaan; of
  - beslag wordt gelegd op het vermogen van de Adverteerder of een substantieel deel daarvan.

#### ARTIKEL 11. DIVERSEN

- 11.1 De Adverteerder heeft geen recht op (branche-)exclusiviteit ten aanzien van de middels de Advertenties aangeboden producten of diensten. BrandDeli is vrij om naar eigen inzicht advertenties van derden te accepteren en in te delen.



- 11.2 Door de Adverteerder gewenste Voorkeursposities kunnen alleen worden gehonoreerd indien en voor zover beschikbaar. Op Voorkeursposities is de op de Tariefkaart vermelde Index van toepassing.
- 11.3 Klachten over (niet) uitgezonden Advertenties dienen binnen 10 dagen na (geplande) uitzending schriftelijk en gemotiveerd bij BrandDeli te worden ingediend. Indien BrandDeli de klacht gegrond acht, zal BrandDeli naar beste vermogen trachten om een voor de Adverteerder zo gelijkwaardig mogelijk alternatief aan te bieden.
- 11.4 De Adverteerder erkent dat de Exploitanten redactioneel onafhankelijk zijn, en dat noch BrandDeli, noch de Adverteerder invloed uit kan oefenen op redactionele beslissingen van deze Exploitanten.
- 11.5 Indien een bepaling uit deze Voorwaarden ongeldig c.q. onverbindend blijkt te zijn, dan wordt deze bepaling vervangen door een regeling die zoveel mogelijk aansluit bij het doel en de strekking van de ongeldige c.q. onverbindende bepaling.
- 11.6 De ongeldigheid of onverbindendheid van een bepaling uit deze Voorwaarden tast de geldigheid c.q. verbindendheid van de overige bepalingen niet aan.
- 11.7 In gevallen waarin deze Voorwaarden niet voorzien, beslist BrandDeli, rekening houdend met de redelijke belangen van de Adverteerder.
- 11.8 Op het Mediacontract en deze Voorwaarden is Nederlands recht van toepassing, onverminderd de mogelijke toepasselijkheid van andere jurisdicties op (de inhoud van) Advertenties.
- 11.9 Eventuele geschillen die voortvloeien uit het Mediacontract die niet in overleg tussen BrandDeli en de Adverteerder kunnen worden opgelost, worden voorgelegd aan de bevoegde rechter te Amsterdam.

## II. VOORWAARDEN SPOTZENDTIJD

### ARTIKEL 12. ALGEMEEN

- 12.1 Voor volwassenen en kids worden aparte Basisprijzen overeengekomen.
- 12.2 Om de netto maandprijs per doelgroep (kosten per GRP) te berekenen, worden de van toepassing zijnde Indices en eventuele andere kortingen en/of toeslagen toegepast op de Basisprijzen.
- 12.3 Aanvragen, mutaties of annuleringen voor Campagnes en individuele Spots dienen altijd tijdig schriftelijk aan BrandDeli te worden bevestigd.
- 12.4 Campagneaanvragen worden uitsluitend door BrandDeli in behandeling genomen indien het product of de dienst waarvoor de Campagneaanvraag geldt naar het oordeel van BrandDeli past bij de door de Adverteerder aangevraagde doelgroep.
- 12.5 De aangevraagde doelgroep bepaalt op welke Zenders BrandDeli de aangevraagde Spotzendtijd zal indelen. BrandDeli publiceert maandelijks een indicatieve zenderverdeling. Deze zenderverdeling is te vinden op [www.BrandDeli.nl](http://www.BrandDeli.nl).
- 12.6 Per Campagne geldt een minimale looptijd zoals vermeld op de Tariefkaart. Een kortere looptijd dan wel het uitsluiten van dagen bij Campagnes met een looptijd langer dan het geldende minimum is alleen mogelijk onder de voorwaarden zoals vermeld op de Tariefkaart.

- 12.7 Het aantal Spots binnen een Campagne kan per pakket verschillen. Uitzendschema's worden door BrandDeli naar eigen inzicht bepaald en geoptimaliseerd.
- 12.8 GRP-pakketten worden afgerekend op basis van gemiddelde Reclameblok Kijkdichtheden op basis van totaal kijkgedrag (inclusief gastkijkers en uitgesteld kijken).
- 12.9 Het minimale Budget voor een Campagne ingekocht op Spot aantallen bedraagt € 3.000.
- 12.10 Binnen een Doelgroepakket kan per Campagne maandelijks maximaal 1 doelgroep worden aangevraagd. Een kidsdoelgroep kan wel met een volwassen doelgroep worden gecombineerd.
- 12.11 Het wijzigen van pakketvorm is niet toegestaan bij reeds geboekte Spots binnen een Campagne.
- 12.12 Spotlengtes kunnen worden aangevraagd per stap van 5 seconden. Voor de vaststelling van de toepasselijke Spotlengte Index wordt de Spotlengte naar boven afgerond.
- 12.13 Per Campagne kunnen maximaal 3 verschillende Spotlengtes worden aangevraagd per kalendermaand. Op Campagnes met meer dan 3 verschillende Spotlengtes is de in de Tariefkaart genoemde Index van toepassing.
- 12.14 Voor meerlingspots (basisspot en reminder(s)) geldt een Indexcorrectie. De toepasselijke Index wordt hierbij berekend op basis van de gezamenlijke spotlengte van de basisspot en de reminder(s). Elke reminder dient te verwijzen naar de basisspot. Reminders die niet naar de basisspot verwijzen, worden als zelfstandige Spot beschouwd, waarop geen Indexcorrectie van toepassing is.
- 12.15 BrandDeli spant zich er voor in de door de Adverteerder gewenste spreiding van GRP's over sub-periodes zoveel mogelijk te realiseren, maar geeft ter zake geen garantie. Aan het eind van de betreffende sub-periodes wordt de waarde van de geleverde GRP's onderling verrekend. De minimale looptijd zoals vermeld op de Tariefkaart geldt per sub-periode.
- 12.16 BrandDeli behoudt zich het recht voor om aanvragen met een hogere Index voorrang te geven op aanvragen met een lagere Index, ook na publicatie van het uitzendschema. Eventueel reeds ingedeelde Spots die hierdoor komen te vervallen zullen door BrandDeli zoveel mogelijk opnieuw ingedeeld worden binnen de Campagneperiode. Indien herindeling niet mogelijk blijkt te zijn dan wordt het niet geleverde deel verrekend in overeenstemming met het bepaalde in Artikel 14.1.
- 12.17 Joint Promoties zijn toegestaan, met dien verstande dat hierop een Index van toepassing is. Van een Joint Promotie is sprake indien in een Spot:
- (i) het logo van een derde partij langer dan 3 seconden of anderszins prominent wordt getoond; en/of
  - (ii) het logo van een derde partij wordt getoond, alsook gesproken tekst met betrekking tot deze derde partij; en/of
  - (iii) de huisstijl van een derde partij opvallend wordt getoond; en/of
  - (iv) muziek en/of een stem te horen is, die herkenbaar tot de huisstijl van een derde partij behoort.
- In geval van twijfel bepaalt BrandDeli of sprake is van een Joint Promotie of niet.

### ARTIKEL 13. WERKAFSPRAAK

- 13.1 Als voorwaarde voor de afname van Spotzendtijd geldt dat een Mediacontract tot stand komt tussen de Adverteerder en BrandDeli.
- 13.2 Gedurende de periode dat in een bepaald kalenderjaar nog geen Jaarcontract tot stand is gekomen, maar de Adverteerder wel al Spotzendtijd wenst af te nemen, zal tussen BrandDeli en de Adverteerder een Werkafsprak gelden.
- 13.3 Acceptatie door de Adverteerder van de door BrandDeli voorgestelde Werkafsprak geldt als absolute voorwaarde voor het kunnen afnemen van Spotzendtijd. Op de Werkafsprak is de op enig moment geldende Tariefkaart onverkort van toepassing.
- 13.4 Met het doen van een Campagneaanvraag vóór uitdrukkelijke acceptatie van de door BrandDeli voorgestelde Werkafsprak, wordt de Adverteerder geacht het voorstel van BrandDeli onvoorwaardelijk en onherroepelijk te hebben geaccepteerd.
- 13.5 De in het kader van de Werkafsprak verbruikte Advertentieruimte maakt deel uit van het nog af te sluiten Jaarcontract.
- 13.6 Indien op 1 april 2019 nog geen Jaarcontract is overeengekomen, wordt de Werkprijs met ingang van 1 april 2019 met 5% verhoogd, exclusief werkprijs kids.
- 13.7 Indien een Jaarcontract vóór 1 april 2019 wordt gesloten, geldt de overeengekomen Basisprijs met terugwerkende kracht per 1 januari 2019. De overeengekomen Basisprijs wordt in dat geval met de Werkprijs verrekend op basis van behaalde GRP's. Eventuele Onderscores (waarde van GRP) die door deze verrekening ontstaan, zullen worden gecompenseerd in Bonuszendtijd.
- 13.8 Indien een Jaarcontract op of na 1 april 2019 wordt gesloten, geldt de overeengekomen Basisprijs vanaf de eerste dag van de maand waarin het Jaarcontract is gesloten.
- 13.9 Indien de Basisprijs van een Jaarcontract, dat op of na 1 april 2019 wordt overeengekomen, hoger is dan de Werkprijs, zal BrandDeli de Werkprijs met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 verrekenen met de overeengekomen Basisprijs.
- 13.10 Indien de Adverteerder op basis van een Werkafsprak Spotzendtijd heeft afgenomen maar nadien geen Jaarcontract tot stand komt, is BrandDeli gerechtigd om met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2019 de Werkprijs te verrekenen met de prijs die de Adverteerder verschuldigd zou zijn op basis van de reeds afgenomen Spotzendtijd.

### ARTIKEL 14. VERREKENING, BONUSZENDTIJD

- 14.1 Na afloop van elke kalendermaand worden alle Over- en Onderscores van de ingekochte pakketten op Campagneniveau vastgesteld en eventueel maand overschrijdend met elkaar verrekend. Overscores worden nooit boven het totaal aangevraagde Budget van een Campagne verrekend.
- 14.2 Indien het Budget of de looptijd van de oorspronkelijke Campagneaanvraag gedurende een kalendermaand wordt verlaagd of verkort, wordt het pakket afgerekend op basis van het aantal daadwerkelijk gerealiseerde GRP's. Reeds geboekte Spots kunnen niet worden omgeboekt naar een pakket met een lagere productindex.
- 14.3 De Adverteerder heeft slechts recht op Bonuszendtijd indien daartoe naar de mening van BrandDeli aanleiding is dan wel de Adverteerder daar op grond van het Mediacontract uitdrukkelijk recht op heeft.



- 14.4 Bonuszendtijd moet binnen 3 maanden na toekenning en te allen tijde binnen hetzelfde kalenderjaar worden ingezet, anders komt deze automatisch te vervallen.
- 14.5 Spots ingezet in Bonuszendtijd worden afgerekend naar de waarde van de behaalde GRP's.
- 14.6 Betaalde Spotzendtijd gaat altijd voor op Bonuszendtijd. Bonuszendtijd is te allen tijde verplaatsbaar door BrandDeli.
- 14.7 Het omzetten van reeds aangevraagde Spotzendtijd in Bonuszendtijd is niet toegestaan.

#### ARTIKEL 15. ANNULERINGSREGELING SPOTZENDTIJD

- 15.1 Een aangevraagde Campagne kan door de Adverteerder tot publicatie van het uitzendschema kosteloos worden gewijzigd of (geheel of gedeeltelijk) worden geannuleerd. Indien de Adverteerder een (deel van een) reeds aangevraagde Campagne wijzigt of annuleert na publicatie van het uitzendschema, is BrandDeli gerechtigd de Adverteerder de volgende annuleringskosten in rekening te brengen:
  - a) indien meer dan 25% van het oorspronkelijk in een kalendermaand geboekte Budget wordt geannuleerd, is de Adverteerder 4% annuleringskosten over het in die maand afgeboekte deel van het Budget verschuldigd aan BrandDeli. Dit bedrag wordt verhoogd met BTW. Het oorspronkelijk geboekte Budget is het hoogste Budget zoals dat op enig moment in de betreffende kalendermaand geboekt is.
  - b) indien de annulering 3 volle werkdagen of korter voor de uitzenddatum van de geannuleerde Spot(s) plaatsvindt, zal 100% van de Vergoeding verschuldigd voor de Spots die in de eerste 3 uitzenddagen van de betreffende Campagne zijn geboekt in rekening worden gebracht, vermeerderd met BTW. Over het op grond van dit Artikel 15.1b) verschuldigde bedrag zijn de 4% annuleringskosten zoals genoemd in Artikel 15.1a) niet verschuldigd.
- 15.2 Verschuivingen tussen verschillende Campagnes zijn alleen toegestaan ten aanzien van eenzelfde Adverteerder. Mocht na afloop van een Campagne blijken dat binnen de betreffende Campagnes meer dan 25% is afgeboekt, dan worden de in Artikel 15.1a) genoemde annuleringskosten alsnog in rekening gebracht.
- 15.3 Het verschuiven van reeds aangevraagde Advertentieruimte naar een volgende maand wordt als annulering beschouwd en valt derhalve onder de annuleringsregeling zoals opgenomen in dit Artikel 15.

### III. VOORWAARDEN BRAND PARTNERSHIPS

#### ARTIKEL 16. ALGEMEEN

- 16.1 De Media Investering zoals opgenomen in het Mediacontract Brand Partnerships c.q. het Budget van een aangevraagde Billboard Campagne maakt onderdeel uit van en wordt verrekend met de Media Investering zoals opgenomen in het met de Adverteerder gesloten of nog te sluiten Jaarcontract.
- 16.2 De Media Investering zoals opgenomen in het Mediacontract Brand Partnerships c.q. het Budget van een aangevraagde Billboard Campagne maakt onderdeel uit van en wordt verrekend met de Media Investering Brand Partnerships, mits gespecificeerd naar omzetsort in het met de Adverteerder gesloten of nog te sluiten Jaarcontract.



- 16.3 Een Productie Investering maakt geen onderdeel uit van de Media Investering en dient separaat te worden betaald.
- 16.4 Het bepaalde in Artikel 5 is onverkort van toepassing op door de Adverteerder in het kader van een Brand Partnerships Campagne aan te leveren Advertenties waaronder, maar niet beperkt tot, door de Adverteerder aan te leveren Billboards die niet door BrandDeli gecreëerd c.q. geproduceerd zijn.

#### ARTIKEL 17. CONTENT

- 17.1 De Adverteerder dient het voor de productie van de Content benodigde materiaal aan te leveren, conform de aanwijzingen en deadlines van BrandDeli. Het bepaalde in Artikel 5 is van overeenkomstige toepassing op door de Adverteerder aangeleverd materiaal.
- 17.2 BrandDeli is gerechtigd om bij de productie van de Content derden in te schakelen. BrandDeli blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de nakoming van haar verplichtingen uit het Mediacontract Brand Partnerships.
- 17.3 Indien en voor zover de projectplanning daar ruimte voor laat, is de productie van de Content inclusief 1 correctieronde en een controle op de uitgevoerde correcties. Voor eventuele door de Adverteerder gewenste extra correctierondes wordt vooraf een additionele offerte opgemaakt die aan de Adverteerder ter goedkeuring wordt voorgelegd.
- 17.4 Alle in het kader van een Mediacontract Brand Partnerships tot stand gebrachte Content blijft eigendom van BrandDeli en/of haar licentiegevers, ongeacht of deze aan de Adverteerder zijn verstrekt.
- 17.5 BrandDeli zal de Content gedurende een periode van 2 jaar na oplevering van de Content bewaren, onder andere ten behoeve van eventuele re-edits.
- 17.6 Indien BrandDeli in het kader van het Mediacontract Brand Partnerships een winactie ontwikkelt die kwalificeert als een promotioneel kansspel, geldt de Adverteerder als aanbieder daarvan en voert BrandDeli deze namens de Adverteerder uit in overeenstemming met de toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder de Wet op de Kansspelen en de Gedragscode Promotionele Kansspelen. De Adverteerder is verantwoordelijk voor de afdracht van de eventueel verschuldigde kansspelbelasting in verband met de te winnen prijzen.
- 17.7 Ten aanzien van de door BrandDeli in het kader van een winactie te verwerken persoonsgegevens kwalificeert BrandDeli als "verantwoordelijke". Deze gegevens worden niet aan de Adverteerder verstrekt, met uitzondering van de gegevens van de deelnemers die middels een opt-in toestemming hebben gegeven voor het ontvangen van elektronische berichten van de Adverteerder. De Adverteerder is verantwoordelijk voor de naleving van de toepasselijke wet- en regelgeving ten aanzien van het gebruik van deze gegevens door de Adverteerder en vrijwaart BrandDeli van aanspraken van de betreffende deelnemers ter zake.

#### ARTIKEL 18. RECHTEN

- 18.1 Tenzij schriftelijk anders overeengekomen, komen alle rechten van intellectuele eigendom (waaronder begrepen (maar niet beperkt tot) auteursrechten en merkrechten) met betrekking tot de Content toe aan BrandDeli en/of haar licentiegevers. Voor zover een dergelijk recht slechts kan worden verkregen door depot of registratie, is uitsluitend



BrandDeli daartoe bevoegd en zal de Adverteerder, voor zover nodig, op eerste verzoek van BrandDeli daaraan zijn medewerking verlenen.

- 18.2 Onder de voorwaarde dat de Adverteerder tijdig en volledig aan zijn verplichtingen uit het Mediacontract Brand Partnerships voldoet, verkrijgt de Adverteerder gedurende de Campagneperiode het exclusieve, beperkte, overdraagbare recht om de Content openbaar te (laten) maken op de volgende platformen:
- (i) Alle BrandDeli Zenders en Websites;
  - (ii) Owned media (waaronder de eigen website, nieuwsbrieven en social media kanalen) van de Adverteerder; en
  - (iii) Indien van toepassing: de overige platformen zoals opgenomen in de Campagnebevestiging.
- 18.3 Voor openbaarmaking van de Content via andere kanalen dan in Artikel 18.2 genoemd en/of na de Campagneperiode, dan wel ander gebruik van de Content dan zoals op grond van het Mediacontract Brand Partnerships toegestaan, dient de Adverteerder de voorafgaande schriftelijke toestemming van BrandDeli te verkrijgen. BrandDeli is gerechtigd aan deze toestemming voorwaarden te verbinden, zoals de betaling van een (aanvullende) vergoeding door de Adverteerder. BrandDeli is niet verplicht voornoemde toestemming te verlenen. BrandDeli zal, indien van toepassing, met betrokken derde partij(en) dienen te overleggen en voor toestemming mede afhankelijk zijn van deze derde partij(en).
- 18.4 Het exclusieve recht zoals genoemd in Artikel 18.2 laat onverlet het aan BrandDeli en de Exploitanten toekomende recht om de Content openbaar te maken in het kader van de uitvoering van het Mediacontract Brand Partnerships en in het kader van casefilms, bedrijfsfilms, showreels, inzendingen ten behoeve van awards en andere vormen van B2B communicatie.

#### ARTIKEL 19. ANNULERINGSREGELING BRAND PARTNERSHIPS

- 19.1 Indien de Adverteerder een Brand Partnerships Campagne wijzigt of annuleert na akkoord op het Campagnevoorstel, maar vóór de startdatum van de productie (zoals opgenomen in de Campagnebevestiging), is de Adverteerder de volledige met de betreffende Campagne gemoeide Productie Investering aan BrandDeli verschuldigd.
- 19.2 Indien de Adverteerder een Brand Partnerships Campagne wijzigt of annuleert na de startdatum van de productie (zoals opgenomen in de Campagnebevestiging), is de Adverteerder zowel de volledige met de betreffende Campagne gemoeide Productie Investering als de volledige met de betreffende Campagne gemoeide Media Investering aan BrandDeli verschuldigd.
- 19.3 Indien een Brand Partnerships Campagne ten aanzien waarvan BrandDeli geen creatie en/of productie heeft verzorgd, door de Adverteerder binnen een termijn van 20 werkdagen voor eerste uitzend- c.q. publicatiedatum wordt geannuleerd, is de Adverteerder 100% van de met de betreffende Campagne gemoeide Media Investering aan BrandDeli verschuldigd.
- 19.4 Verschuivingen worden als annulering beschouwd en vallen derhalve onder de annuleringsregeling zoals opgenomen in dit Artikel 19.
- 19.5 De start van een Brand Partnerships Campagne kan wijzigen in verband met latere aanlevering van het materiaal, waardoor de verdeling van de mediadruk gewijzigd kan worden ingezet in de resterende Campagneperiode, na gezamenlijk overleg.



- 19.6 De overeengekomen Productie Investering dient in geval van annulering altijd volledig te worden betaald, ook indien sprake is van overmacht aan de zijde van de Adverteerder.

## IV. VOORWAARDEN ONLINE ADVERTENTIERUIMTE

### ARTIKEL 20. ALGEMEEN

- 20.1 De bepalingen van dit onderdeel IV, zijn niet van toepassing op de afname van Online Advertentieruimte op Twitter en op Programmatic Advertising.
- 20.2 Het minimale Budget per Online Campagne bedraagt € 3.000.
- 20.3 Streaming video en display advertising kunnen run of site en/of run of network/channel worden ingezet.
- 20.4 Run of site en/of run of network/channel Campagnes worden door BrandDeli naar eigen inzicht gespreid over de betreffende Websites en ingezet op alle betreffende devices (web browser, mobiele websites en in app).
- 20.5 Het aantal impressies of clicks wordt vastgesteld op basis van de meetresultaten afkomstig uit de door BrandDeli gebruikte ad management systemen.
- 20.6 Online Campagnes worden maandelijks, achteraf, op basis van de in Artikel 20.5 genoemde meetresultaten gefactureerd.

### ARTIKEL 21. COMPENSATIE VAN ONDERSCORES

- 21.1 Onderscores worden uitsluitend verrekend in de vorm van bonusimpressies bij een latere Campagne. Onderscores worden niet door middel van financiële creditering of anderszins gecompenseerd.
- 21.2 Bij de Campagneaanvraag moet worden aangegeven dat het om compensatie gaat, bij gebreke waarvan de betreffende impressies in rekening zullen worden gebracht.
- 21.3 Compensatie moet binnen 3 maanden na het einde van de betreffende Campagne en in hetzelfde kalenderjaar worden ingezet, anders komt deze automatisch te vervallen.

### ARTIKEL 22. ANNULERINGSREGELING ONLINE

- 22.1 Indien een Online Campagne binnen een termijn van 3 werkdagen voor livegang wordt geannuleerd, is de Adverteerder 100% van het betreffende Campagne Budget aan BrandDeli verschuldigd.
- 22.2 Verschuivingen tussen Online Campagnes zijn alleen toegestaan ten aanzien van eenzelfde Adverteerder.
- 22.3 Het verschuiven van reeds aangevraagde Advertentieruimte naar een volgende maand wordt als annulering beschouwd en valt derhalve onder de annuleringsregeling zoals opgenomen in Artikel 22.1.
- 22.4 Veranderingen in de Advertenties van de Adverteerder na aanlevering van de betreffende Advertentie moeten op voorhand worden goedgekeurd door BrandDeli.

### ARTIKEL 23. TECHNISCHE MAATREGELEN



- 23.1 BrandDeli kan, onder meer voor (het meten van) bereik en/of Kijkdichtheid, technische maatregelen toepassen die (mede) betrekking hebben op de Advertentie, zoals een tag, pixel en/of cookie. De Adverteerder verleent volledige medewerking aan het toepassen van deze technische maatregelen.
- 23.2 De Adverteerder zal hierbij de instructies van BrandDeli opvolgen en zich houden aan de voorgeschreven specificaties en voorwaarden uit de Technical Requirements Online Commercials en aan de aanleverspecificaties van BrandDeli, zoals te vinden op [www.BrandDeli.nl](http://www.BrandDeli.nl).
- 23.3 Indien de Adverteerder aan zijn Advertentie(s) een cookie, pixel of vergelijkbare technologie toe wenst te voegen, dient hij BrandDeli daarover tijdig vóór plaatsing van de Advertentie te informeren. De Adverteerder dient zich voorts aan de ter zake geldende wet- en regelgeving te houden, alsmede aan de eventueel door BrandDeli op dit gebied uitgevaardigde richtlijnen.