

# STER VERKOOP- VOORWAARDEN

Op al onze overeenkomsten voor televisie, radio en digital zijn de Ster Verkoopvoorwaarden, de Ster Algemene Voorwaarden en Inkoopbrochure 2018 van toepassing, alsmede de tarieven en indices die door Ster (periodiek) worden bekendgemaakt. Kijk op de website ([www.ster.nl/inkooptools](http://www.ster.nl/inkooptools)) voor de aanleverspecificaties voor televisie, radio en digital.

## ALGEMEEN

### JOINT ADVERTISING

- ▶ Joint Advertising is een vorm van adverteren, waarbij twee adverteerders in één reclameboodschap gezamenlijk promotie maken voor hun producten of diensten en waarbij er sprake is van een hoofdadverteerder (dominanter aanwezig in de reclameboodschap) en een bij-adverteerder (minder dominant aanwezig in de reclameboodschap).
- ▶ Het inkopen van advertentieruimte voor Joint Advertising is alleen toegestaan na schriftelijke toestemming van Ster. Bij de aanvraag van advertentieruimte dient duidelijk te worden aangegeven dat sprake is van Joint Advertising. Tegelijk met de aanvraag van advertentieruimte moet door contractant een storyboard of de reclameboodschap worden aangeleverd. Daarbij dient duidelijk te worden aangegeven wie hoofd- en wie bij-adverteerder is. Bij de beoordeling daarvan dient onder meer rekening te worden gehouden met de mate waarin beide adverteerders in de reclameboodschap aanwezig zijn en de huisstijl ('look and feel') van de reclameboodschap.
- ▶ Bij twijfel of onenigheid over de vraag of sprake is van Joint Advertising of welke partij hoofd- of bij-adverteerder is, bepaalt Ster.

- ▶ Joint Advertising advertenties worden alleen geplaatst onder de overeenkomst van de hoofdadverteerder.
- ▶ Bij het nastreven van branche-exclusiviteit (waarop Ster geen enkele garantie afgeeft) zal Ster bij Joint Advertising de branche van de hoofdadverteerder als leidend aanmerken.
- ▶ Wanneer een retailer adverteert met zijn productassortiment, wordt dit niet als Joint Advertising aangemerkt. Het moet dan wel duidelijk zijn dat de retailer de adverteerder is, wat inhoudt dat de retailer de aanvraag doet en de reclameboodschap duidelijk de huisstijl van de retailer heeft. Er is wel sprake van Joint Advertising als:
  - ▶ Het logo van een partij uit het productassortiment prominent wordt getoond (waarvan in ieder geval sprake is wanneer het logo langer dan 3 seconden in beeld is of beeldvullend wordt getoond);
  - ▶ De reclameboodschap zowel een logo als een gesproken tekst van een partij uit het productassortiment bevat;
  - ▶ De huisstijl van een partij uit het productassortiment (in beeld of geluid) in de reclameboodschap opvallend aanwezig is.
- ▶ Als een contractant een Joint Advertising campagne voert met een voor Ster of de publieke omroep concurrerende organisatie (zoals een commerciële radio-/televisiezender of internetsite), dan gelden de volgende aanvullende voorwaarden:
  - ▶ Er wordt geen kabel-/etherfrequentie of internetadres vermeld en/of vertoond;
  - ▶ Het logo en/of de naam van de concurrerende organisatie mag maximaal 3 seconden links- of rechtsonder in beeld zichtbaar zijn en niet meer dan 5% van het totale beeld in beslag nemen.

### SHARED REVENU DEALS

- In voorkomende gevallen kan Ster bereid zijn een afwijkend verdienmodel af te spreken voor de te leveren zendtijd;
- ▶ De potentie van het verdienmodel is hierbij leidend voor de Ster.

- ▶ Het verdienmodel bestaat altijd uit een vaste vergoeding in combinatie met een variabele vergoeding.
- ▶ De vaste vergoeding is een noodzakelijke voorwaarde en bepaalt (in combinatie met de potentie van het verdienmodel) de additionele investering door de Ster / de hoogte van de risicobereidheid;
  - ▶ De Ster investering bedraagt maximaal 25% van de vaste vergoeding.
- ▶ De looptijd bedraagt maximaal 1 - 2 jaar.
- ▶ Ster krijgt periodiek inzage in de behaalde resultaten van adverteerder (waar de variabele vergoeding over verschuldigd is).
- ▶ Deze kunnen in overleg aangevuld worden met webanalytics.
- ▶ Verificatie van de behaalde resultaten vindt achteraf plaats obv een controleverklaring (accountantsverklaring).
- ▶ Op basis van de controleverklaring zal de eindafrekening over de contractperiode plaatsvinden. De kosten van de controleverklaring zijn voor rekening adverteerder.
- ▶ Adverteerder is een nieuwe klant voor Ster ('nieuw' is minimaal 5 jaar niet geadverteerd bij Ster).

## VERKOOPVOORWAARDEN TELEVISIE

Voor alle inkoopopties televisie gelden de volgende voorwaarden:

- ▶ Ster werkt voor televisie met een aanvraagperiode met verkoopdeadline. In afwijking van artikel 6 lid 2 van de Algemene Voorwaarden worden aanvragen die tijdens de aanvraagperiode zijn ingediend gelijk behandeld en hebben deze geen voorrang ten opzichte van elkaar. Indien onvoldoende advertentieruimte beschikbaar is, zal Ster met de concurrerende aanvragers in overleg treden om tot een voor alle partijen acceptabele oplossing te komen. Indien dit overleg niet tot overeenstemming leidt, zal door middel van loting worden bepaald van welke partij de aanvraag zal worden gehonoreerd.

- ▶ Aanvragen worden uitsluitend door Ster in behandeling genomen, als de aangegeven doelgroep naar het oordeel van Ster past bij het product of de dienst van contractant.
- ▶ Er geldt per week voor elk product of elke dienst van contractant een maximumaanvraag van 200 GRP's in de doelgroep 25-67 jaar in het Prime Time tijdvak.
- ▶ Indien contractant voor meerdere producten en/of diensten een aanvraag indient, geldt dat een bepaalde inkoopoptie per product/dienst en per spotlengte eenmaal per maand kan worden ingezet.
- ▶ Bij maand-overschrijdende campagnes kan een campagne van contractant, op aanvraag, gesplitst worden ingezet. De verschillende hoofddorders binnen een kalendermaand worden niet met elkaar verrekend. Per hoofddorder en per spotlengte kan elke inkoopoptie eenmaal per maand worden ingezet.
- ▶ De netto GRP-basisprijs en de GRP-afrekening van de inkoopopties zijn gebaseerd op de currency van Stichting KijkOnderzoek (SKO). Over de vastgestelde netto tarieven worden geen kortingen verleend.
- ▶ Ster publiceert elke uitzendcyclus (per kalendermaand) een marktindex. De index loopt uiteen van 90 t/m 110 en is van toepassing op alle afgegeven netto prijzen in de inkoopbrochure 2018. Ster publiceert een aparte marktindex voor de inkoopopties Zapp(elin).
- ▶ De GRP-afrekening van de inkoopopties is gebaseerd op de gerealiseerde gemiddelde blokkijkdichtheid zoals gemeten door SKO.
- ▶ Per uitzendcyclus (kalendermaand) worden over- en onderscores van de verschillende inkoopopties per product of dienst van contractant met elkaar verrekend, mits deze voldoen aan de voorwaarden van minimale campagneperiode en minimaal aantal GRP's. Na verrekening worden eventuele overscores niet doorberekend.

- ▶ Uitzendschema's worden door Ster naar eigen inzicht bepaald en geoptimaliseerd en kunnen gedurende de maand wijzigen. Ster deelt in, met uitzondering van de inkoopopties Your Time, Kids Your Time en Vaste Kosten per Spot. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat spots na indeling worden gefixeerd.
- ▶ Bij inzet van minder dan 5 dagen zal inkoop uitsluitend geschieden via Your Time of Kids Your Time.
- ▶ De upgrade Hotspot bij Your Time geeft voorrang op indeling gedurende de aanvraagperiode.
- ▶ Inzet op een gestuurde voorkeurspositie bij Your Time en Kids Your Time is uitsluitend mogelijk middels de upgrade Voorkeurspositie.
- ▶ De upgrade Roadblock is inclusief Hotspot en een Voorkeurspositie.
- ▶ Voor de upgrade Actuele Nieuwsspot geldt dat de commercial uiterlijk 2 uur voor uitzending aangeleverd dient te worden.

#### Voor de upgrade Spreiding gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Contractant kan per week een deelordernummer inzetten.
- ▶ De looptijd van de campagne dient minimaal 2 weken te zijn. Voorts dient de campagne elke week minimaal 5 dagen te worden uitgezonden. Met een minimum inzet van 10 GRP's per week.
- ▶ Met de upgrade Spreiding wordt de gewenste spreiding gegarandeerd met een onderscoremarge van 2 GRP's bij een inzet van 10 GRP's. Voor een inzet van meer dan 20 GRP's geldt een onderscoremarge van 20% per week.
- ▶ Als de gewenste spreiding binnen de onderscoremarge niet wordt behaald, vervalt de toeslag en wordt deze uitgekeerd in bonuszendtijd over de geboekte waarde per week. De bonuszendtijd heeft een geldigheidsduur van maximaal 12 maanden nadat Ster deze schriftelijk aan contractant heeft medegedeeld.

- ▶ Bij wijzigingen die 3 werkdagen of minder voor aanvang of tijdens de looptijd van de campagne worden doorgegeven, vervalt het recht op eventuele bonuszendtijd.

#### Voor de inkoop van kansspelreclame gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Ster deelt in: tussen 19.00 uur en 05.00 uur (index 100). Er is voor contractant geen sturing mogelijk.
- ▶ Inzet van minimaal 5 campagnedagen binnen een kalendermaand (hoeft niet aaneensluitend).
- ▶ Er geldt een minimumeis van 10 GRP's.
- ▶ Inzetbaar op de doelgroepen: 25-67, M25-67, V25-67, BDS25-67 en AB1 25-67.

#### Voor de inkoop van alcoholreclame gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Ster deelt in: tussen 21.00 en 02.00 uur (index 105). Er is voor contractant geen sturing mogelijk.
- ▶ Inzet van minimaal 5 campagnedagen binnen een kalendermaand (hoeft niet aaneensluitend).
- ▶ Er geldt een minimumeis van 10 GRP's.
- ▶ Inzetbaar op de doelgroepen: 25-67, M25-67, V25-67, BDS25-67 en AB1 25-67.

#### Voor de inkoop van reclame gericht op kinderen geldt de volgende aanvullende voorwaarde:

- ▶ Voor reclame gericht op kinderen geldt bijzondere wet- en regelgeving die door contractant moet worden nageleefd. Reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen tot en met 12 jaar is alleen toegestaan als wordt voldaan aan de voorwaarden uit de Reclamecode voor Voedingsmiddelen. Deze reclamecode en meer algemene informatie over de eisen voor reclame gericht op kinderen is te vinden op de website van de Stichting Reclame Code ([www.reclamecode.nl](http://www.reclamecode.nl)). De Stichting Reclame Code biedt daarnaast een eenvoudige checklist aan voor reclame gericht op kinderen op [www.checksrc.nl/check/kinderen](http://www.checksrc.nl/check/kinderen).

## VERKOOPVOORWAARDEN RADIO

### Voor alle inkoopopties radio gelden de volgende voorwaarden:

- ▶ Aanvragen worden uitsluitend door Ster in behandeling genomen, als de aangegeven doelgroep naar het oordeel van Ster past bij het product of de dienst van contractant.
- ▶ Indien contractant voor meerdere producten en/of diensten een aanvraag indient, geldt dat een bepaalde inkoopoptie per product/dienst en per spotlengte eenmaal per maand kan worden ingezet.
- ▶ De netto GRP-basisprijs en de GRP-afrekening zijn gebaseerd op de luistercijfers van het Nationaal Luisteronderzoek (NLO). Over de vastgestelde netto tarieven worden geen kortingen verleend.
- ▶ Ster publiceert elke uitzendcyclus (per kwartaal) een marktindex, per maand per zender. De index loopt uiteen van 90 t/m 110 en is van toepassing op alle afgegeven nettoprijzen in de inkoopbrochure 2018.
- ▶ De GRP-afrekening is gebaseerd op de gerealiseerde gemiddelde luisterdichtheid van een kwartier van uitzending op de desbetreffende dag van de week zoals gemeten door NLO.
- ▶ Bij het vaststellen van de gerealiseerde kosten per GRP zal Ster de volgende RAB-richtlijnen aanhouden:

| Maand     | NLO Rapportage     |
|-----------|--------------------|
| januari   | december/januari   |
| februari  | januari/februari   |
| maart     | februari/maart     |
| april     | maart/april        |
| mei       | april/mei          |
| juni      | mei/juni           |
| juli      | juni/juli          |
| augustus  | juli/augustus      |
| september | augustus/september |
| oktober   | september/oktober  |
| november  | oktober/november   |
| december  | november/december  |

- ▶ Per uitzendcyclus (kalenderkwartaal) worden over- en onderscores per product of dienst van contractant, over de zenders heen, met elkaar verrekend. Na verrekening worden eventuele overscores niet doorberekend. Eventuele onderscores worden gecompenseerd d.m.v. bonuszendtijd, additioneel in te zetten bij de eerstvolgende campagne van contractant. Inzet van deze campagne is uiterlijk in het eerste kwartaal van 2019.
- ▶ Een tijdvak start met het blok vóór het Journaal van het hele uur en eindigt met het blok na het Journaal van het hele uur.
- ▶ Uitzendschema's worden door Ster naar eigen inzicht bepaald en geoptimaliseerd en kunnen gedurende de maand wijzigen. Ster deelt in, met uitzondering van Your Time en Vaste Kosten per Spot. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat spots na indeling worden gefixeerd.
- ▶ Bij inzet van minder dan 7 dagen in Stertime pakketten zal inkoop uitsluitend geschieden via Your Time. Met uitzondering van de ma-vr pakketten; hierbij geldt: bij inzet van minder dan 5 dagen.
- ▶ Inzet op een gestuurde voorkeurspositie bij Your Time is uitsluitend mogelijk middels de upgrade Voorkeurspositie.
- ▶ Voor de upgrade Actuele Nieuwsspot geldt dat de commercial uiterlijk 2 uur voor uitzending aangeleverd dient te worden.
- ▶ Top 2000 en Serious Request zijn uitgesloten van de inkoopopties uit de inkoopbrochure 2018. De inkoopopties die hiervoor gelden worden t.z.t. bekendgemaakt op [www.ster.nl](http://www.ster.nl).

### Voor de inkoop van alcoholreclame gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Ster deelt in: tussen 21.00 en 24.00 uur. Er is voor contractant geen sturing mogelijk.
- ▶ Inzet van minimaal 7 campagedagen binnen een kalendermaand (hoeft niet aaneensluitend).
- ▶ Inzetbaar op de doelgroepen: 25-67, M25-67, V25-67, BDS25-67 en AB1 25-67, met uitzondering van blokken waarvan het publiek op dat moment voor meer dan 25% bestaat uit minderjarigen.

## VERKOOPVOORWAARDEN DIGITAL

### Voor alle inkoopopties digital gelden de volgende voorwaarden:

- ▶ Tarieven en indices worden per kwartaal door Ster vastgesteld.
- ▶ De tarieven zijn op basis van CPM (Cost Per Mille; kosten per 1.000 impressies) weergegeven.
- ▶ Het aantal impressies of clicks wordt vastgesteld op basis van de meetresultaten afkomstig uit de door Ster gebruikte ad managementsystemen. Onlinecampagnes worden maandelijks, achteraf, op basis van de bovengenoemde meetresultaten gefactureerd.
- ▶ Wanneer Ster op campagneniveau meer dan 5.000 errors per dag meet (o.b.v. Ster-meting), behoudt Ster zich het recht voor de uitlevering van de campagne eenzijdig op te schorten. Zodra er een voor Ster acceptabele oplossing is gevonden, zal Ster de uitlevering hervatten.
- ▶ Aanvragen worden uitsluitend door Ster in behandeling genomen, als de aangegeven doelgroep naar het oordeel van Ster past bij het product of de dienst van contractant.
- ▶ Ster levert de campagne op alle aangesloten devices uit. Onder devices verstaat Ster fixed (pc, laptop), mobiel (smartphone en tablet) en Smart TV.
- ▶ Ster deelt in, met uitzondering van ROS. Ster streeft ernaar om de ingekochte impressies gelijkmatig uit te serveren, maar kan hier geen garanties op geven.
- ▶ De programma's bij de inkoopoptie ROC kunnen gedurende het seizoen wijzigen.
- ▶ In iedere VAST TAG mag maximaal één creative worden aangeleverd die niet tussentijds gewijzigd mag worden. Bij een materiaalwissel dient er een nieuwe VAST TAG geleverd te worden. In de VAST TAG mogen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Ster geen cookies, tags, pixels of soortgelijke technologieën zijn opgenomen, die in de randapparatuur van NPO website gebruikers worden geplaatst.

- ▶ Cookies, pixels en soortgelijke technologieën mogen enkel worden geplaatst en uitgelezen indien daarvoor aan de wettelijke regels is voldaan zoals beschreven in de Algemene Voorwaarden. Dat betekent in ieder geval dat Contractant ervoor zal zorgen dat Ster de benodigde informatie krijgt om tijdig haar cookiestatement aan te passen en dat Contractant op de bescherming van persoonsgegevens moet toezien.

### Voor de indeling Kids Stertime (RON) en Kids Your Time (ROS) gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Pre-rolls op websites of voor video-/audiofragmenten voor kinderen zijn nooit 'clickable'.
- ▶ Voor reclame gericht op kinderen geldt bijzondere wet- en regelgeving die door contractant moeten worden nageleefd. Reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen tot en met 12 jaar is alleen toegestaan als wordt voldaan aan de voorwaarden uit de Reclamecode voor Voedingsmiddelen. Deze reclamecode en meer algemene informatie over de eisen voor reclame gericht op kinderen is te vinden op de website van de Stichting Reclame Code ([www.reclamecode.nl](http://www.reclamecode.nl)). De Stichting Reclame Code biedt daarnaast een eenvoudige checklist aan voor reclame gericht op kinderen op [www.checksrc.nl/check/kinderen](http://www.checksrc.nl/check/kinderen).

Wijzigingen en drukfouten voorbehouden. Kijk voor de recentste informatie op [www.ster.nl](http://www.ster.nl).