



# VERKOOPVOORWAARDEN

2023 radio / televisie / online



reclame



# STER VERKOOP- VOORWAARDEN

Op al onze overeenkomsten voor radio, televisie en online zijn de Ster Verkoopvoorwaarden, de Algemene Voorwaarden en Inkoopbrochure 2023 van toepassing, alsmede de tarieven en indices die door Ster (periodiek) op de website ([www.ster.nl](http://www.ster.nl)) worden bekendgemaakt. Op deze website vind je tevens de aanleverspecificaties voor radio, televisie en online.

## ALGEMEEN

### ARTIKEL 1 DEFINITIES

In deze Verkoopvoorwaarden worden de definities gebruikt uit de Algemene Voorwaarden, tenzij daarvan in deze Verkoopvoorwaarden wordt afgeweken. Verder wordt verstaan onder:

- ▶ **“Alcohol”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aan kan vragen tussen 21.00 uur en 06.00 uur, mits de Reclameboodschap ter promotie is van een product of dienst van Adverteerder dat betrekking heeft op een alcoholhoudende drank.
- ▶ **“Banner/Display”**: Een online Boodschap van Algemeen Nut in het tekst- en/of grafische gedeelte van het Ster-netwerk.
- ▶ **“Bezoeker”**: Een natuurlijk persoon die het Ster-netwerk bezoekt.
- ▶ **“Bonuszendtijd”**: Advertentieruimte voor de Uitzending van Reclameboodschappen in een Reclameblok die door Ster aan de Contractant wordt aangeboden, zonder dat de Adverteerder hiervoor een extra financiële vergoeding aan Ster verschuldigd is.
- ▶ **“Boodschap van Algemeen Nut”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden tegen een relatief laag tarief of een relatief lage Index Advertentieruimte kan aanvragen.
- ▶ **“Campagne”**: Alle in een bepaalde periode bij Ster af te nemen Advertentieruimte ter promotie van één specifiek merk, product, en/of dienst van Adverteerder.
- ▶ **“Channel”**: Een door Ster op basis van Doelgroep of context samengestelde selectie

van websites of video-/audiofragmenten.

- ▶ **“CPM (Cost Per Mille)”**: Tarief per 1.000 Impressies.
- ▶ **“Day & Night Time”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt buiten het Prime Time tijdvak.
- ▶ **“Directe Deals”**: Het handmatig verhandelen van Advertentieruimte op het Ster-netwerk, waarbij een Overeenkomst tussen Ster en Contractant tot stand komt.
- ▶ **“Errors”**: Alle gevallen waarbij een online Boodschap van Algemeen Nut door toedoen van Contractant of Adverteerder niet kan worden Vertoond op het Ster-netwerk.
- ▶ **“GRP Afrekening”**: De vaststelling per Uitzendcyclus van de uit hoofde van Overeenkomsten op basis van GRP's door Contractant aan Ster verschuldigde bedrag.
- ▶ **“Impressie”**: Een Vertoning van een online Boodschap van Algemeen Nut aan een Bezoeker.
- ▶ **“Initiële Aanvraagdeadline”**: Laatste datum waarop nog een Vroege Aanvraag van Advertentieruimte kan worden gedaan, zoals jaarlijks wordt gepubliceerd op [www.ster.nl](http://www.ster.nl).
- ▶ **“Joint Advertising”**: 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 (dominant aanwezig in de Reclameboodschap) en een bij-adverteerder (minder dominant aanwezig in de Reclameboodschap).
- ▶ **“Kansspel”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden

Advertentieruimte aan kan vragen tussen 19.00 (of 21.00) uur en 06.00 uur, mits de Reclameboodschap ter promotie is van een product of dienst van een Adverteerder dat een Kansspel vormt in de zin van de Wet op de Kansspelen.

- ▶ **“Multimediale Volumekorting”**: De in artikel 2 van deze Verkoopvoorwaarden bedoelde volumekorting die geldt per kalenderjaar en waarop Contractant aanspraak kan maken bij inkoop van bepaalde volumes aan Advertentieruimte.
- ▶ **“Netto Basisprijs”**: De netto basisprijs voor de inkoop van Advertentieruimte en het doen Uitzenden/Vertonen van een of meerdere Reclameboodschappen daarin, zoals voor de diverse inkoopopties vermeld is in de Inkoopbrochure en op [www.ster.nl](http://www.ster.nl).
- ▶ **“Onderscore”**: Realisatie van minder GRP's per inkoopoptie uit de Inkoopbrochure dan het aantal GRP's dat de Adverteerder op basis van de (waarde van de) door de Adverteerder aangevraagde Advertentieruimte binnen die inkoopoptie toekomt.
- ▶ **“Overscore”**: Realisatie van meer GRP's per inkoopoptie uit de Inkoopbrochure dan het aantal GRP's dat de Adverteerder op basis van de (waarde van de) door de Adverteerder aangevraagde Advertentieruimte binnen die inkoopoptie toekomt.
- ▶ **“Premium”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Ster zich inspant om onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden een spreiding van de GRP's over verschillende TV aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst (zenders) en/of in tijd te realiseren.
- ▶ **“Pre-roll/Video”**: Een online Boodschap Van Algemeen Nut van maximaal 36 seconden die wordt Vertoond op het Ster-netwerk.
- ▶ **“Prime Time”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte Aanvraagt voor uitzending van de Reclameboodschap tussen 18.00 uur en 24.00 uur.

- ▶ **“Spot”**: In de Inkoopbrochure gehanteerde aanduiding voor een Reclameboodschap die is bestemd om te worden Uitzgezonden op radio/televisie.
- ▶ **“Spreiding”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Ster zich inspant om onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden een spreiding van de GRP's over verschillende radio aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst (zenders) en/of in tijd te realiseren.
- ▶ **“Ster Time”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt en Ster de Reclameboodschap van Adverteerder overeenkomstig de Voorwaarden op een door Ster aan te wijzen moment doet Uitzenden/Vertonen.
- ▶ **“Stopper”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden tegen een relatief lage Index en alleen zonder Spreiding Advertentieruimte kan Aanvragen en waarbij de Reclameboodschap van Adverteerder door Ster kort voor het moment van Uitzending/Vertoning en na indeling van de overige inkoopopties wordt ingedeeld in het uitzendschema.
- ▶ **“Stopper Maatwerk”**: De inkoopoptie Stopper, met dien verstande dat de Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden aanbodkanalen en tijdvakken kan uitsluiten of selecteren voor de Uitzending/Vertoning van de Reclameboodschap.
- ▶ **“Transitieindex (toevoegen, radio index bepaling)”**: De vanuit de NMO gepubliceerde index t.b.v. de overgang van het oude naar het nieuwe bereiksonderzoek. die wordt toegepast op de netto basisprijs.
- ▶ **“Uitzend-/Vertoningswaarde”**: Het totaal van de door Contractant aan Ster

betaalde en verschuldigde bedragen voor de daadwerkelijk door Ster Uitzgezonden/Vertoonde Reclameboodschappen per Adverteerder in een kalenderjaar.

- ▶ **“VAST Tag”**: Een Video Ad Serving Template Tag is een gestandaardiseerde code die op websites en in apps van uitgevers van Advertentieruimte wordt geplaatst en die communicatie tussen de ad server en de video speler mogelijk maakt.
- ▶ **“Vaste kosten per spot”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte Aanvraagt tegen betaling van een vast bedrag per Uitzending/ Vertoning van een Reclameboodschap (en dus niet op basis van GRP's).
- ▶ **“Voorkeurspositie”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt voor een specifieke positie binnen een bepaald Reclameblok.
- ▶ **“Vroege Aanvraag”**: Aanvraag van Advertentieruimte die door Ster is ontvangen voor of op de Initiële Aanvraagdeadline.
- ▶ **“Your Time (Vast)”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte voor een specifiek Reclameblok (met volwassen doelgroep) aanvraagt.
- ▶ **“Your Time Actuele Nieuwsspot”**: Inkoopoptie zoals genoemd in de Verkoopvoorwaarden, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt voor een Reclameboodschap die inspeelt op actualiteit en waarvoor geldt dat de Reclameboodschap tot twee uur voor aanvang van de Uitzending/Vertoning kan worden aangeleverd.

- ▶ **“Your Time Hotspot”**: Een Inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte voor een specifiek Reclameblok aanvraagt en deze Aanvraag bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte voorrang krijgt boven andere inkoopopties.
- ▶ **“Your Time Hotspot en Voorkeurspositie”**: Een Inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte voor een specifiek Reclameblok, en een specifieke positie binnen dit Reclameblok, aanvraagt en deze Aanvraag bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte voorrang krijgt boven andere inkoopopties.
- ▶ **“Your Time Variabel”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte voor een specifiek Reclameblok (met volwassen doelgroep) aanvraagt en Ster de Reclameboodschap van Adverteerder overeenkomstig de Voorwaarden in het betreffende Reclameblok doet Uitzenden/Vertonen, en waarbij alle GRP's aan Contractant in rekening worden gebracht en er geen verrekening plaatsvindt met andere pakketten in dezelfde maand.

## ARTIKEL 2 KORTINGEN

**Lid 1** Indien Contractant recht heeft op een korting, dan wordt deze verrekend met de Indices (kortingen en toeslagen) die op spotniveau van toepassing zijn.

Voorbeeld: De toeslag marktindex wordt direct verrekend met een Logisch Aandeel korting, het saldo daarvan wordt verwerkt op de spotprijzen.

## ARTIKEL 3 MULTIMEDIALE VOLUMEKORTING

**Lid 1** Onder de voorwaarden opgenomen in dit artikel 2, kan Contractant aanspraak maken op een Multimediale Volumekorting op de Netto Basisprijs. Hierbij geldt de volgende staffel:

▶ **Volumestaffel 1**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf € 0 tot € 500.000 ex BTW: 0% korting

▶ **Volumestaffel 2**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf € 500.000 tot € 1.000.000 ex BTW: 3% korting

▶ **Volumestaffel 3**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf € 1.000.000 tot € 1.500.000 ex BTW: 4% korting

▶ **Volumestaffel 4**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf 1.500.000 ex BTW: 5% korting

**Lid 2** Indien de Uitzend-/Vertoningswaarde in een lopende kalendermaand de ondergrens van een volumestaffel uit lid 1 overschrijdt, ontstaat vanaf de eerstvolgende dag tot en met de laatste kalendermaand van het lopende kalenderjaar voor Contractant het recht

op de Multimediale Volumekorting behorend bij die volumestaffel. Deze volumekorting wordt door Ster in mindering gebracht op de Tarieven. De Multimediale Volumekorting geldt per kalenderjaar; Contractant kan geen rechten ontlenen aan of aanspraak maken op een Multimediale Volumekorting op basis van de Uitzend-/Vertoningswaarde uit een reeds afgerond kalenderjaar.

**Lid 3** De administratie van Ster is leidend voor de berekening per Adverteerder van de Uitzend-/Vertoningswaarde.

**Lid 4** De Multimediale Volumekorting komt te vervallen indien Contractant aan Ster verschuldigde bedragen niet binnen de in artikel 12 lid 1 van de Algemene Voorwaarden genoemde betalingstermijn heeft voldaan. Contractant kan in een kalenderjaar weer aanspraak maken op de Multimediale Volumekorting vanaf de eerste dag van de eerstvolgende kalendermaand nadat er geen facturen meer openstaan waarvan de betalingstermijn is verstreken en Contractant overigens voldoet aan het bepaalde in dit artikel 2.

**Lid 5** De Uitzend-/Vertoningswaarde is een waarde die per Adverteerder wordt berekend. Bij de berekening van de Uitzend-/Vertoningswaarde is het dus niet mogelijk om de aan Ster betaalde en verschuldigde bedragen voor de daadwerkelijk door Ster Uitgezonden/Vertoonde Reclameboodschappen in een kalenderjaar van verschillende Adverteerders bij elkaar op te tellen, met uitzondering van hetgeen bepaald is in lid 6.

**Lid 6** Bij de berekening van de Uitzend-/Vertoningswaarde verstaat Ster onder

Adverteerder ook directe concernrelaties van Adverteerder. Onder een concern verstaat Ster een economische eenheid in de zin van artikel 2:24b BW. Adverteerder zal op eerste verzoek van Ster naar genoegen van Ster aantonen dat er sprake is van een concernrelatie en een opgave doen van de groepsmaatschappijen die tot het concern behoren. Indien er gedurende het kalenderjaar wijzigingen plaatsvinden in de concernrelatie – bijvoorbeeld wanneer een groepsmaatschappij (of een deel daarvan) wordt overgenomen door een concurrent – zal Contractant Ster daar terstond van op de hoogte stellen. Bij wijzigingen in de concernrelatie zal Ster niet met terugwerkende kracht kortingen verrekenen.

**Lid 7** Indien Contractant een Bureau is dat in eigen naam optreedt ten behoeve van Adverteerder, garandeert Contractant dat hij Adverteerder inzage zal verschaffen in de Overeenkomst(en) en dat hij ten aanzien van de Multimediale Volumekorting volledige transparantie zal betrachten ten opzichte van Adverteerder. Ster kan op verzoek van Adverteerder te allen tijde inzage verschaffen in of een kopie verstrekken van de Overeenkomst(en) die betrekking hebben op Reclameboodschappen van Adverteerder. Ster kan desgevraagd ook mededelingen aan Adverteerder doen over de hoogte van de aan Contractant verstrekte Multimediale Volumekorting.

## **ARTIKEL 4 VERKOOP/RESERVERING ADVERTENTIERUIMTE EN VOORDEELREGELING BIJ VROEGE AANVRAAG**

**Lid 1** Bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte in Reclameblokken (op radio en televisie) geldt, dat in de Inkoopbrochure opgenomen inkoopopties die voorzien in de specifieke inkoop van Advertentieruimte in beginsel voorrang krijgen boven de algemene

inkoopties in de Inkoopbrochure. Ster hanteert voor het indienen van Aanvragen per Uitzendcyclus (met uitzondering van online/het Ster-netwerk) een Initiële Aanvraagdeadline. Vroege Aanvragen krijgen voorrang boven Aanvragen binnen dezelfde inkoopoptie die na de Initiële Aanvraagdeadline door Ster zijn ontvangen. Vroege Aanvragen met vermelding van dezelfde inkoopoptie, worden onderling gelijk behandeld en hebben geen voorrang ten opzichte van elkaar. Indien onvoldoende Advertentieruimte beschikbaar is of aanvragers dezelfde positie in het Ster blok hebben aangevraagd, 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 Ster door middel van loting bepalen, desgewenst in aanwezigheid van de concurrerende aanvragers, van welke partij de Aanvraag zal worden gehonoreerd.

**Lid 2** Ster behoudt zich het recht voor om geheel naar eigen inzicht nadere voorrangregels te stellen of van gestelde regels af te wijken.

## **ARTIKEL 5 MARKTINDICES EN VOORDEELREGELING BIJ VROEGE AANVRAAG**

**Lid 1** Ster stelt voor televisie op de dag na de Initiële Aanvraagdeadline per Uitzendcyclus en per mediumtype een Marktindex voor de Uitzending van Reclameboodschappen vast. De Marktindices hebben een bandbreedte van 80 tot en met 110 en worden toegepast op de netto (basis) prijzen zoals vermeld in de Inkoopbrochure en zijn tevens van toepassing op de inkoopoptie Vaste Kosten per Spot.

**Lid 2** Ster stelt voor radio en online/het Ster-netwerk uiterlijk vier weken voor aanvang van de

Uitzend-/Vertoningscyclus een Marktindex voor de uitzending van Reclameboodschappen respectievelijk online Boodschappen van Algemeen Nut vast. De Marktindices voor Video en Display kunnen afwijken en worden tegelijkertijd bekend gemaakt. De in lid 1 van dit artikel vermelde bandbreedte is niet van toepassing op online/het Ster-netwerk.

**Lid 3** Voor een Vroege Aanvraag op televisie, radio en online/het Ster-netwerk geldt een Marktindex van maximaal 100. Dit betekent dat bij vaststelling van de Marktindices na de Initiële Aanvraagdeadline op een waarde lager dan 100, deze lagere Marktindex wordt toegepast op de Vroege Aanvraag, maar dat bij vaststelling van een Marktindex hoger dan 100 een Marktindex van 100 wordt toegepast op de Vroege Aanvraag.

**Lid 4** Indien Contractant na de Initiële Aanvraagdeadline meer dan 25% van de totale netto waarde van zijn Aanvragen voor de Uitzendcyclus uit de periode tot en met de Initiële Aanvraagdeadline verschuift naar buiten de betreffende Uitzendcyclus, vervallen de in lid 3 genoemde rechten op een Marktindex van maximaal 100 voor het verschoven gedeelte van de Aanvragen boven het genoemde percentage van 25%.

De hiervoor genoemde totale netto waarde wordt bepaald op basis van Marktindex 100. Artikel 13 lid 2 van de Algemene Voorwaarden blijft naast de regeling in dit lid 4 onverkort van toepassing.

**Lid 5** Het bepaalde in artikel 4 lid 3 is van overeenkomstige toepassing op na de Initiële Aanvraagdeadline voor de Uitzendcyclus extra aangevraagde Advertentieruimte voor een Campagne (hoofdorder), tot een maximum van 25% van de totale netto waarde van de voor de Initiële Aanvraagdeadline voor die Campagne aangevraagde Advertentieruimte. Voor na



de Initiële Aanvraagdeadline extra aangevraagde Advertentieruimte voor een Campagne die het hiervoor genoemde percentage overstijgt, geldt de na de Initiële Aanvraagdeadline vastgestelde Marktindex. De hiervoor genoemde totale netto waarde wordt bepaald op basis van Marktindex 100.

**Lid 6** Deze voordeelregeling bij Vroege Aanvraag is niet van toepassing op de inkoopopties Stopper en Stopper Maatwerk zoals vermeld in de Inkoopbrochure. De Marktindex voor de inkoopopties Stopper en Stopper Maatwerk is vastgesteld op 100 en deze Marktindex wordt niet aangepast.

## ARTIKEL 6 BOODSCHAPPEN VAN ALGEMEEN NUT

Ster bepaalt of een Contractant op televisie, radio en/of online van de inkoopoptie Boodschappen van Algemeen Nut gebruik kan maken. Daarbij hanteert Ster de volgende voorwaarden:

- ▶ Adverteerder is een instelling met een wetenschappelijk, cultureel, godsdienstig, levensbeschouwelijk, politiek of liefdadig karakter;
- ▶ Adverteerder heeft een keurmerk van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) of de status van algemeen nut beogende instelling (ANBI-status);
- ▶ De boodschap van Adverteerder heeft geen betrekking op het kopen van een bepaald product of het gebruik maken van een bepaalde dienst die in de handel verkrijgbaar is, maar op het oproepen tot steun aan of het gunstig stemmen ten aanzien van Adverteerder.

## ARTIKEL 7 KANSSPELRECLAME

Ster bepaalt of een Contractant op televisie en/of radio een reclame voor een risicovol kansspel – in de zin van artikel 2.94 lid 3 sub a Mediawet – kan uitzenden. Daarbij hanteert Ster de volgende voorwaarden:

- ▶ Een maximum van één reclame voor een risicovol kansspel in een blok.
- ▶ De maximale spotlengte van een reclame voor een risicovol kansspel bedraagt 30 seconden.
- ▶ Het gebruik van tag-ons (zoals genoemd in artikel 8 van deze Verkoopvoorwaarden) is bij een reclame voor een risicovol kansspel niet toegestaan.
- ▶ Ster behoudt zich het recht voor om gedurende het jaar nadere restricties voor de hoeveelheid kansspelreclame en/of het maximaal aantal kansspeladverteerders per blok vast te stellen.

## ARTIKEL 8 JOINT ADVERTISING

**Lid 1** Het inkopen/reserveren van Advertentieruimte voor Joint Advertising is alleen toegestaan na schriftelijke toestemming van Ster. Bij de Aanvraag dient duidelijk te worden aangegeven dat sprake is van Joint Advertising.

**Lid 2** Tegelijk met de Aanvraag moet door Contractant een storyboard of de Reclameboodschap worden aangeleverd. In de Aanvraag dient duidelijk te worden aangegeven wie hoofd- en wie bij-Adverteerder is. Daarbij dient onder meer rekening te worden gehouden met de mate waarin beide Adverteerders in de reclameboodschap aanwezig zijn en met 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, zal Ster hierover een bindende beslissing nemen.

**Lid 3** Joint Advertising Reclameboodschappen worden alleen geplaatst onder de Overeenkomst van de hoofd-Adverteerder.

**Lid 4** Bij het nastreven van branche-exclusiviteit als bedoeld in artikel 17 van de Algemene Voorwaarden (waarop Ster geen enkele garantie afgeeft) zal Ster bij Joint Advertising de branche van de hoofd-Adverteerder als leidend aanmerken.

**Lid 5** 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 (of een Contractant die handelt uit eigen naam maar ten behoeve van 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 of beeldmerk van een partij uit het productassortiment prominent wordt getoond (waarvan in ieder geval sprake is wanneer het logo of beeldmerk langer dan 3 seconden in beeld is of beeldvullend wordt getoond);
- ▶ De Reclameboodschap zowel een logo of beeldmerk 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.

**Lid 6** Als een Contractant een Joint Advertising campagne voert met een voor Ster of de landelijke publieke mediadiensten concurrerende organisatie (zoals een commerciële radio-/televisiezender of internetsite), dan gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Er wordt geen kabel-/etherfrequentie of internetadres vermeld, genoemd 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.

## ARTIKEL 9 TAG-ON

Een tag-on is een zeer korte Reclameboodschap die kort na het uitzenden van de hoofdspot op radio of televisie wordt uitgezonden. Het doel van een tag-on is om binnen hetzelfde reclameblok nogmaals de aandacht van de kijker of luisteraar te trekken. Een tag-on dient om die reden dezelfde huisstijl ('look and feel') als de hoofdspot te hebben.

## ARTIKEL 10 VERBOD 'DOWNGRADEN' INKOOPOPTIES

Het is Contractant niet toegestaan om een aangevraagde inkoopoptie op TV of radio in hetzelfde tijdvak om te boeken naar een lagere / goedkopere inkoopoptie.

# VERKOOPVOORWAARDEN TELEVISIE

## ALGEMENE BEPALINGEN

### ARTIKEL 11 ONDERTITELING

Om de toegankelijkheid van het media-aanbod op de aanbodkanalen van de NPO verder te vergroten, voorziet Ster alle Reclameboodschappen op televisie van ondertiteling via teletekstpagina 888. Indien Contractant hier bezwaar tegen heeft dient hij dit uiterlijk drie werkdagen voor Uitzenddatum per e-mail aan Ster kenbaar te maken.

### ARTIKEL 12 INKOOPTIE PREMIUM

**Lid 1** Als Contractant een Aanvraag doet met een inkoopoptie Premium uit de Inkoopbrochure, dan zal Ster zich inspannen om Premium van de GRP's per week te realiseren. Er wordt niet gestuurd op Premium per dag.

**Lid 2** Wanneer Contractant wijzigingen in de Campagne drie (3) werkdagen of minder voor aanvang van de Campagne of tijdens de Campagne met Ster overeenkomt, vervalt de inspanningsverplichting van Ster op Premium.

### ARTIKEL 13 AFREKENING PER GRP; OVER- EN ONDERSCORES

**Lid 1** De GRP-afrekening wordt gebaseerd op de kijkcijfers van Stichting KijkOnderzoek (SKO). De op basis van de Overeenkomst gerealiseerde GRP's worden door Ster

vastgesteld aan de hand van de gerealiseerde gemiddelde kijkdichtheid van het Reclameblok waarin de Uitzending/Vertoning van de Reclameboodschap van Adverteerder plaatsvond, zoals gemeten door SKO (meting inclusief uitgesteld kijken tot en met zes dagen na de lineaire Uitzending). Er wordt aan Contractant gefactureerd op basis van het aantal uitgeleverde GRP's zoals vermeld in het uitzendschema in Starlight of de Klantportal.

**Lid 2** In 2023 zal SKO overgaan op een nieuwe meetmethodiek van NMO hetgeen van invloed zal zijn op de kijkcijfers. Het Nationaal Media Onderzoek (NMO) is een initiatief van de organisaties voor mediabereiksonderzoek in Nederland: SKO, Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Vanaf het moment van introductie van de nieuwe meetmethodiek t/m 31 december 2023 zal er een transitiefase gelden, waarvoor Ster een transitietool kan inzetten die GRP's omrekent van de oude naar de nieuwe kijkcijfers en waarbij er per zender op basis van kijkdichtheid een transitieindex gepubliceerd zal worden. Ster heeft het recht deze transitietool en transitieindex gedurende de transitiefase op elk gewenst moment in te zetten en Contractant stemt hiermee bij voorbaat in.

**Lid 3** Contractant stemt er bij voorbaat mee in dat in het geval SKO of NMO om welke reden dan ook geen (of niet op tijd) kijkcijfers kan leveren, de GRP-afrekening wordt gebaseerd op kijkonderzoek uitgevoerd door Ster of een door Ster aangewezen derde.

**Lid 4** Aan het einde van een Uitzendcyclus (kalendermaand) worden alle Over- en

Onderscores van de verschillende overeengekomen inkoopopties (deelorders) per Campagne (hoofdorder) van Contractant in die betreffende Uitzendcyclus met elkaar verrekend, met uitzondering van Your Time Variabel en/of andere inkoopopties waarbij alle GRP's in rekening worden gebracht bij Contractant. Indien na deze verrekening sprake is van een Overscore, dan zal deze door Ster niet aan Contractant in rekening worden gebracht.

**Lid 5** Als sprake is van een Campagne die de Uitzendcyclus overschrijdt en als deze per Uitzendcyclus waarin de Campagne valt niet voldoet aan de voorwaarden in de Inkoopbrochure met betrekking tot het minimale aantal Campagnedagen en GRP's, dan hanteert Ster een van lid 4 afwijkende manier van afrekenen. In dat geval vindt geen verrekening van Over- en Onderscores per Uitzendcyclus (deel van de Campagne) plaats, maar zullen de Over- en Onderscores van de overeengekomen inkoopopties voor de gehele betreffende Campagne met elkaar worden verrekend, ongeacht de Uitzendcyclus waar zij in vallen. In het geval van een aannamesstop worden Onderscores niet verrekend met de tweede uitzendcyclus.

**Lid 6** Als Contractant aan Ster aangeeft twee Campagnes (hoofdorders) binnen één(1) Uitzendcyclus te willen inzetten, dan is het ter beoordeling van Ster of daadwerkelijk sprake is van twee Campagnes of dat er in feite sprake is van hetzelfde merk/product/dienst van een Adverteerder en dus van één Campagne.

## ARTIKEL 14 INDELING UITZENDSCHEMA'S

**Lid 1** Uitzendschema's worden door Ster naar eigen inzicht vastgesteld en kunnen gedurende de Uitzendcyclus wijzigen. Reclameboodschappen worden door Ster in overeenstemming met de Voorwaarden ingedeeld in Reclameblokken, tenzij Contractant gebruik maakt van de inkoopopties Your Time en Vaste Kosten per spot, waarbij Contractant zelf invloed heeft op de indeling van de Reclameboodschap. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat Ster overeenkomstig de Voorwaarden de Reclameboodschappen in het door Contractant aangevraagde Reclameblok Uitzendt/Vertoont.

**Lid 2** Indien Contractant een specifieke positie binnen een bepaald Reclameblok wenst aan te vragen, dan is dit alleen mogelijk via de inkoopopties Your Time Voorkeurspositie, Your Time Variabel en/of Vaste Kosten per Spot. Indien Contractant Advertentieruimte aanvraagt via deze inkoopopties, zal Ster de Reclameboodschap overeenkomstig met de Voorwaarden op de door Contractant Aangevraagde specifieke positie binnen een Reclameblok Uitzenden/Vertonen.

## AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN PER INKOOPTIE

### ARTIKEL 15 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIE YOUR TIME

Voor de inkoopoptie Your Time gelden de volgende aanvullende/afwijkende voorwaarden:

- ▶ Bij de inkoopopties Your Time, Your Time Variabel, Your Time Kansspel, Your Time Hotspot, Your Time Voorkeurspositie en Your Time Hotspot en Voorkeurspositie vraagt de Contractant Advertentieruimte aan (op een bepaalde positie) in specifieke Reclameblokken tegen een bepaald budget. Indien al gedurende de looptijd van de Overeenkomst blijkt dat sprake is van een Overscore, dan is Ster gerechtigd de Overscore af te boeken, zonder tot vergoeding van enige voor Contractant uit dit besluit voortvloeiende schade gehouden te zijn.
  - ▶ In het geval Ster een (gedeeltelijke) verkoopstop heeft ingesteld, is het voor Contractant niet mogelijk om meer dan de voor de Initiële Aanvraagdeadline aangevraagde Advertentieruimte in Your Time bij te boeken.
  - ▶ De opties Your Time Hotspot en Your Time Hotspot en Voorkeurspositie kunnen alleen worden ingekocht voor de Initiële Aanvraagdeadline. Aanvragen voor de inkoopoptie Your Time Hotspot krijgen bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte voorrang. Het is niet mogelijk een aangevraagde inkoopoptie Your Time Hotspot of Your Time Hotspot en Voorkeurspositie om te boeken / 'downgraden' naar Your Time.
  - ▶ Voor elke inkoopoptie geldt dat upgrades (zoals Hotspot en Voorkeurspositie) van concurrerende aanvragers onderling gelijk worden behandeld en geen voorrang hebben ten opzichte van elkaar, ongeacht welk Your Time pakket er wordt ingekocht (met uitzondering van Your Time Daytime).
- ▶ Het is mogelijk om een Voorkeurspositie in te kopen bij de Your Time inkoopopties Vast, Variabel, Daytime & Kansspel. Voor elke inkoopoptie geldt dat de upgrades (zoals Hotspot en Voorkeurspositie) van concurrerende aanvragers onderling gelijk worden behandeld en geen voorrang hebben ten opzichte van elkaar, ongeacht welk Your Time pakket er wordt ingekocht (met uitzondering van Yourtime Daytime). Uitsluitend bij inkoop in combinatie met de upgrade Hotspot geldt er voorrang ten opzichte van inkoop zonder Hotspot.
  - ▶ Your Time Kansspel kan niet worden ingekocht in combinatie met andere Your Time pakketten.
  - ▶ Bij het Your Time Variabel pakket geldt een Onderscore maximum van 15% met een maximum van 10 GRP's. Bij het Your Time Variabel pakket worden alle GRP's in rekening gebracht. Dit pakket wordt niet verrekend met de andere inkoopopties. Het is niet mogelijk om Your Time Variabel en Your Time Vast in combinatie met elkaar in te kopen.
  - ▶ Bij Your Time kan de Contractant een optie Actuele Nieuwsspot inkopen. Daarvoor geldt een toeslag van 15% over de Netto Basisprijs van de betreffende inkoopoptie. Bij deze optie geldt dat de Reclameboodschap uiterlijk twee (2) uur voor aanvang van de Uitzending/Vertoning aangeleverd moet zijn.
  - ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.

### ARTIKEL 16 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIES PRIME TIME, STER TIME EN DAY & NIGHT TIME

Voor de inkoopopties Prime Time, Ster Time en Day & Night Time gelden de volgende aanvullende/afwijkende voorwaarden:

- ▶ Bij de inkoopoptie Prime Time wordt de Reclameboodschap uitgezonden tussen 18.00 uur en 24.00 uur. Bij de inkoopoptie Day & Night Time is het toegestaan om een Aanvraag te doen die uitsluitend betrekking heeft op Day Time (06:00- 18:00), waarbij de index op deze inkoopoptie met 5 indexpunten wordt verhoogd.
- ▶ Ster is gerechtigd bij het uitzenden van Reclameboodschappen maximaal vijftien minuten van bovengenoemde tijdvakken af te wijken.
- ▶ Contractant kan dagen uitsluiten tot uiterlijk drie (3) werkdagen voor aanvang van de Campagne.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.

## **ARTIKEL 17 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STOPPER (MAATWERK)**

Voor de inkoopopties Stopper en Stopper Maatwerk gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Contractant kan dagen uitsluiten tot uiterlijk drie (3) dagen voor de aanvang van de Campagne.
- ▶ De Marktindex is vastgesteld op 100 en zal gedurende het kalenderjaar niet wijzigen.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.

## **ARTIKEL 18 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STER &**

Voor de inkoopoptie Ster & ... gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Contractant heeft een Reclameboodschap van culturele aard.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.
- ▶ Ster spant zich in de Reclameboodschappen van Adverteerders die gebruik maken van de inkoopoptie Ster & ... tegen elkaar aan te plaatsen.
- ▶ Ster bepaalt wanneer een Ster & ... blok met een Ster &... bumper en/of leader wordt omlijst.
- ▶ Ster heeft de mogelijkheid om de blokselectie gedurende een maand eenzijdig aan te passen.
- ▶ Voor het instappakket Ster & Cultuur geldt naast bovengenoemde voorwaarden dat er sprake dient te zijn van een Boodschap van Algemeen Nut.

## **ARTIKEL 19 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN KANSSPEL & ALCOHOL**

Voor de inkoopopties Kansspel & Alcohol gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Kansspel inkoopopties zijn uitsluitend in te kopen door kansspeladverteerders. Alcohol inkoopopties zijn uitsluitend in te kopen door alcoholadverteerders.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.
- ▶ Bij Kansspel en Alcohol inkoopopties is het uitsluiten van het tijdvak 24.00 – 02.00 uur niet toegestaan.

# VERKOOPVOORWAARDEN RADIO

## ALGEMENE BEPALINGEN

### ARTIKEL 20 SPREIDING

Als Contractant een Aanvraag doet met een optie Spreiding uit de Inkoopbrochure, dan zal Ster zich inspanssen om gedurende de Campagne een gelijke Spreiding van het aantal Reclameboodschappen over de dagen van de Campagne te realiseren. Als de Aanvraag betrekking heeft op meerdere aanbodkanalen van de landelijke publieke mediadienst, zal Ster zich inspanssen om een gelijk aantal Reclameboodschappen per aanbodkanaal per dag uit te zenden. GRP's zijn leidend.

### ARTIKEL 21 AANVRAAG PER GRP

**Lid 1** De GRP-afrekening is gebaseerd op de luistercijfers van Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO) en haar opvolger NMO (zie lid 2). Ster volgt hierbij de rapportageregels van de NLO / NMO, zoals geformuleerd in het document Calculatie- en rapportageregels ruwe data nationaal luisteronderzoek / NMO. De uit hoofde van de Overeenkomst gerealiseerde GRP's worden door Ster vastgesteld aan de hand van de door NLO / NMO gemeten en gerealiseerde gemiddelde luisterdichtheid van de gepubliceerde tijdseenheid van uitzending waarbinnen Uitzending van de Reclameboodschap van Adverteerder plaatsvond.

**Lid 2** In 2023 zal NLO overgaan op een nieuwe meetmethodiek van NMO hetgeen

van invloed zal zijn op de luistercijfers. Het Nationaal Media Onderzoek (NMO) is een initiatief van de organisaties voor mediabereiksonderzoek in Nederland: NLO, Stichting KijkOnderzoek (SKO), Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) en de Verenigde Internet Exploitanten (VINEX). Vanaf het moment van introductie van de nieuwe meetmethodiek t/m 31 december 2023 zal er een transitiefase gelden, waarvoor NMO een transitietool heeft ontwikkeld die GRP's omrekenet van de oude naar de nieuwe luistercijfers en waarbij er per zender op basis van luisterdichtheid een transitieindex gepubliceerd zal worden. Ster zal deze transitietool en transitieindex gedurende de transitiefase inzetten en Contractant stemt hiermee bij voorbaat in.

**Lid 3** Contractant stemt er bij voorbaat mee in dat in het geval NLO of NMO om welke reden dan ook geen (of niet op tijd) luistercijfers kan leveren, de GRP-afrekening wordt gebaseerd op luisteronderzoek uitgevoerd door Ster of een door Ster aangewezen derde.

**Lid 4** Aan het einde van een Uitzendcyclus (kalenderkwartaal) worden alle Over- en Onderscores van de verschillende overeengekomen inkoopopties per Campagne van de Contractant in de betreffende Uitzendcyclus met elkaar verrekend. Indien na deze verrekening sprake is van een Overscore, dan zal deze door Ster niet aan Contractant in rekening worden gebracht. Indien na deze verrekening sprake is van een Onderscore, dan worden deze gecompenseerd door het toekennen van Bonuszendtijd, in te zetten vanaf de eerstvolgende Campagne van Contractant. Inzet van deze Bonuszendtijd is mogelijk uiterlijk tot en met de eerste Uitzendcyclus (eerste kalenderkwartaal) van kalenderjaar 2024. Ster behoudt zich het recht voor deze bepaling in het licht van de overgang naar het nieuwe NMO onderzoek gedurende het kalenderjaar te wijzigen.

## ARTIKEL 22 INDELING UITZENDSCHEMA'S

**Lid 1** Uitzendschema's worden door Ster naar eigen inzicht vastgesteld en kunnen gedurende de Uitzendcyclus wijzigen. Ster deelt Reclameboodschappen in Reclameblokken in, tenzij Contractant gebruik maakt van de inkoopopties Your Time en/of Vaste Kosten per Spot. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat Ster zich inspanst om de Reclameboodschap in het door Contractant aangevraagde Reclameblok uit te zenden.

**Lid 2** Indien Contractant een specifieke positie binnen een bepaald Reclameblok wenst aan te vragen, dan is dit uitsluitend mogelijk via de inkoopopties Your Time Voorkeurspositie en/of Vaste Kosten per Spot met de upgrade Voorkeurspositie. Voor deze inkoopopties geldt dat Ster zich zal inspannen om de Reclameboodschap op de door Contractant Aangevraagde specifieke positie binnen een Reclameblok uit te zenden.

## ARTIKEL 23 TOP 2000 EN SERIOUS REQUEST

Ster kan voor de Reclameblokken tijdens de jaarlijkse evenementen Top 2000 en Serious Request afwijken van de inkoopopties uit de Inkoopbrochure 2023. Afwijkende inkoopopties, Tarieven en Indices die voor de Reclameblokken rondom deze programmering gelden worden bekendgemaakt op ster.nl.

## AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN PER INKOOPTIE

### ARTIKEL 24 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIE STER TIME

Voor de inkoopoptie Ster Time gelden de volgende aanvullende/afwijkende voorwaarden:

- ▶ De tijdvakken uit de inkoopoptie Ster Time vangen aan met het Reclameblok vóór het Journaal van het aanvangsuur genoemd in de inkoopoptie en eindigen met het Reclameblok na het Journaal van het einduur genoemd in de inkoopoptie.
- ▶ Indien Contractant Advertentieruimte via de inkoopoptie Ster Time aanvraagt en een gewenst aantal Reclameboodschappen per dag aangeeft, dan geldt dit als een Ster Time optie met Spreiding. Ook bij de optie Spreiding zijn de GRP's leidend.

### ARTIKEL 25 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIE YOUR TIME

Bij Your Time kan de Contractant een optie Actuele Nieuwsspot inkopen. Daarvoor geldt een toeslag van 15% over de Netto Basisprijs van de betreffende inkoopoptie. Bij deze optie geldt dat de Reclameboodschap uiterlijk twee (2) uur voor aanvang van de Uitzending aangeleverd moet zijn.



## ARTIKEL 26 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STER & ...

Voor de inkoopoptie Ster & ... gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Contractant heeft een Reclameboodschap van culturele aard.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.
- ▶ Ster spant zich in de Reclameboodschappen van Adverteerders die gebruik maken van de inkoopoptie Ster & ... tegen elkaar aan te plaatsen.
- ▶ Ster bepaalt wanneer een Ster & ... blok met een Ster &... bumper en/of leader wordt omlijst.
- ▶ Ster heeft de mogelijkheid om de blokselectie gedurende een maand eenzijdig aan te passen.

## VERKOOPVOORWAARDEN ONLINE ALGEMENE BEPALINGEN

### ARTIKEL 27 BOODSCHAPPEN VAN ALGEMEEN NUT

Op het online Ster netwerk worden uitsluitend Boodschappen van Algemeen Nut toegelaten. Ster bepaalt of een Contractant van de inkoopoptie Boodschappen van Algemeen Nut gebruik kan maken en online Pre-rolls en/of Banners kan uitplaatsen. Daarbij hanteert Ster de volgende voorwaarden:

- ▶ Adverteerder is een instelling met een wetenschappelijk, cultureel, godsdienstig, levensbeschouwelijk, politiek of liefdadig karakter;
- ▶ Adverteerder heeft een keurmerk van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) of de status van algemeen nut beogende instelling (ANBI-status);
- ▶ De Pre-roll of Banner van Adverteerder heeft geen betrekking op het kopen van een bepaald product of het gebruik maken van een bepaalde dienst die in de handel verkrijgbaar is, maar op het oproepen tot steun aan of het gunstig stemmen ten aanzien van Adverteerder.
- ▶ Zie voor meer informatie de 'aanleverspecificaties online' op [www.ster.nl](http://www.ster.nl).

## ARTIKEL 28 MINIMUM BESTEDING

**Lid 1** Voor Directe Display Deals en Directe Video Deals geldt per Campagne een minimale besteding van € 3.000,- excl. BTW.

**Lid 2** Ster serveert Boodschappen van Algemeen Nut naar eigen inzicht uit, tenzij een enkele site of een programma specifiek wordt ingekocht. De selectie van websites of video-/audiofragmenten binnen een Channel doelgroep of context categorie kunnen op elk moment worden gewijzigd.

**Lid 3** Ster spant zich in ingekochte Impressies gelijkmatig over de campagneperiode uit te serveren. Het aantal uitgeserveerde Impressies wordt vastgesteld op basis van de meetresultaten afkomstig uit de door Ster gebruikte ad managementsystemen. Campagnes worden maandelijks, achteraf, op basis van de voornoemde meetresultaten gefactureerd. De administratie van Ster is hierbij leidend.

**Lid 4** Ster is gerechtigd om maximaal 10% van de Campagne op de online kanalen van de regionale publieke media-instellingen uit te serveren. Als een Contractant uitsluitend op de online kanalen van de landelijke publieke media-instellingen aanwezig wenst te zijn, dient hij dit bij de Aanvraag aan te geven en hanteert Ster het ROS tarief zoals opgenomen in de Voorwaarden.

## ARTIKEL 29 PAUZERING CAMPAGNE

Indien een Campagne op verzoek van Contractant wordt gepauzeerd zal Ster het aantal nog uit te serveren impressies herberekenen op het moment dat de Campagne op verzoek van Contractant weer wordt hervat. Tijdens de periode dat de Campagne is gepauzeerd worden de voor Contractant vastgelegde impressies vrijgegeven voor andere Adverteerders en kan Ster volledige uitplaatsing van de desbetreffende Campagne derhalve niet meer garanderen.

## ARTIKEL 30 ERRORS

Wanneer Ster bij een Campagne meer dan 5.000 Errors per dag vaststelt op basis van meetresultaten afkomstig uit de door Ster gebruikte ad managementsystemen, is Ster gerechtigd de uitlevering van de Campagne eenzijdig op te schorten tot het moment dat Contractant de Errors heeft verholpen. Indien Ster een Campagne opschort, zal Ster Contractant hierover zo spoedig mogelijk informeren.

## ARTIKEL 31 VAST TAG

In iedere VAST Tag mag maximaal één Boodschap van Algemeen Nut worden aangeleverd die niet tussentijds mag worden gewijzigd. Bij wisseling van de Boodschap van Algemeen Nut dient een nieuwe VAST Tag te worden aangeleverd.



# KOM IN CONTACT

## TELEFOON

035 672 55 00

## MAIL

[ster@ster.nl](mailto:ster@ster.nl)

## ADRES

Mediacentrum  
Joop van den Endeplein 1  
1217 WJ Hilversum

## SOCIAL MEDIA

[in company/ster](https://www.linkedin.com/company/ster)

[f sterreclame](https://www.facebook.com/sterreclame)

[t sterreclame](https://twitter.com/sterreclame)

[@ sterreclame](https://www.instagram.com/sterreclame)

## WEBSITE

[ster.nl](http://ster.nl)

Wijzigingen en drukfouten voorbehouden.  
Kijk voor de meest recente informatie en  
Algemene- en Verkoopvoorwaarden op **ster.nl**



ster.nl