



VERKOOPVOORWAARDEN

2025 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 2025 van toepassing, alsmede de tarieven en indices die door Ster (periodiek) op de website (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:

- ▶ **“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.
- ▶ **“Banner/Display”**: Een Reclameboodschap (waaronder een Boodschap van Algemeen Nut) in het tekst- en/of grafische gedeelte van het Ster-netwerk.
- ▶ **“Bezoeker”**: Een natuurlijk persoon die het Ster-netwerk bezoekt.
- ▶ **“(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 Televisie”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt op een televisie aanbodkanaal van een publieke mediadienst buiten het tijdvak dat in de Inkoopbrochure is vermeld onder de inkoopoptie Prime Time Televisie. Het pakket kan worden geüpgrade d.m.v. de optie “Premium”.
- ▶ **“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 Reclameboodschap (waaronder een 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.
- ▶ **“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.
- ▶ **“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.
- ▶ **“Impressie”**: Een Vertoning van een online Reclameboodschap (waaronder een 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.
- ▶ **“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 (dominanter aanwezig in de Reclameboodschap) en een bij-adverteerder (minder dominant aanwezig in de Reclameboodschap).
- ▶ **“Kansspel & Alcohol Televisie”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aan kan vragen en Ster de Reclameboodschap van Adverteerder overeenkomstig de Voorwaarden op een door Ster aan te wijzen moment doet Uitzenden/Vertonen op een aanbodkanaal van een publieke mediadienst. De Kansspel & Alcohol propositie bestaat uit de verschijningsvormen “kansspel long odd” en “alcohol”.
- ▶ **“Meerlingtoeslag”**: Een in de Inkoopbrochure vermelde toeslag voor het mediumtype televisie die in rekening wordt gebracht onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden indien een Reclameboodschap (waaronder een Boodschap van Algemeen Nut) van een Adverteerder bestaat uit een hoofdspot en meerdere tag-ons binnen hetzelfde Reclameblok.
- ▶ **“Multimediale Volumekorting”**: De in artikel 3 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.

- ▶ **“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 inspent om onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden een spreiding van de GRP’s over verschillende televisie-aanbodkanalen van publieke mediadiensten (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 Televisie”**: 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 binnen het tijdvak dat is vermeld in de Inkoopbrochure op een televisie aanbodkanaal van een publieke mediadienst. Het pakket kan worden geüpgrade d.m.v. de optie “Premium”.
- ▶ **“Regio”**: De televisie, radio en/of online aanbodkanalen van regionale en lokale publieke mediadiensten.
- ▶ **“Selectpakketten Televisie”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals omschreven 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 en de doelgroepindex reeds is verdisconteerd in de inkoopoptie. De Selectpakketten Televisie propositie bestaat uit de

verschijningsvormen “senioren”, “regio” en “algemeen nut”.

- ▶ **“Selectpakketten Radio”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals omschreven 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 en de doelgroepindex reeds is verdisconteerd in de inkoopoptie. De Selectpakketten Radio propositie bestaat uit de verschijningsvormen “algemeen nut”, “algemeen nut zenderkeuze” en “FunX”.
- ▶ **“Spot”**: In de Inkoopbrochure gehanteerde aanduiding voor een Reclameboodschap die is bestemd om te worden uitgezonden op radio/televisie.
- ▶ **“Spreiding”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Ster zich inspent om onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden een spreiding van de GRP’s over verschillende radio aanbodkanalen van publieke mediadiensten (zenders) en/of in tijd te realiseren.
- ▶ **“Ster Time Radio”**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals omschreven 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. De Ster Time Radio propositie bestaat uit de verschijningsvormen “regulier”, “uren”, “dagen”, “dagen + uren” en “spits”. Laatstgenoemde pakketten kunnen worden geüpgrade d.m.v. de optie “Spreiding”.
- ▶ **“Ster Time Televisie”**: 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 op een televisie aanbodkanaal van een publieke mediadienst. Het pakket kan worden geüpgrade d.m.v. de optie "Premium".

- ▶ **"Stopper Televisie"**: 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 op een televisie aanbodkanaal van een publieke mediadienst.
- ▶ **"Stopper Maatwerk Televisie"**: De inkoopoptie Stopper Televisie, met dien verstande dat de Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals beschreven in de Voorwaarden tijdvakken kan uitsluiten of selecteren voor de Uitzending/Vertoning van de Reclameboodschap.
- ▶ **"Uitzend-/Vertoningswaarde"**: Het totaal van de door Contractant aan Ster betaalde en verschuldigde bedragen voor de daadwerkelijk door Ster Uitgezonden/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). Deze propositie kan worden geüpgrade d.m.v. de optie Voorkeurspositie.

- ▶ **"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 Radio"**: In de inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals omschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt voor een specifiek Reclameblok. Deze propositie kan worden geüpgrade d.m.v. de optie Voorkeurspositie.
- ▶ **"Your Time Televisie"**: In de Inkoopbrochure geboden inkoopoptie, waarbij Contractant onder de voorwaarden en op de wijze zoals omschreven in de Voorwaarden Advertentieruimte aanvraagt voor een specifiek Reclameblok. Deze propositie bestaat uit de verschijningsvormen "vast", "variabel" en "daytime vast". Laatstgenoemde pakketten kennen de upgrade-opties "Hotspot", "Voorkeurspositie" en (de combinatie) "Hotspot en Voorkeurspositie".

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 de Multimediale Volumekorting, het saldo daarvan wordt verwerkt op de spotprijzen.

ARTIKEL 3 MULTIMEDIALE VOLUMEKORTING

Lid 1 Onder de voorwaarden opgenomen in dit artikel 3, kan Contractant aanspraak maken op een Multimediale Volumekorting op de Netto Basisprijs. Hierbij geldt de volgende staffel:

▶ **Volumestaffel 1**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf € 250.000 tot € 500.000 exclusief BTW: 2% korting

▶ **Volumestaffel 2**

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

▶ **Volumestaffel 3**

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

▶ **Volumestaffel 4**

Uitzend-/Vertoningswaarde vanaf 1.500.000 en hoger exclusief 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 3.

Lid 5 De Uitzend-/Vertoningswaarde is een waarde die door Ster 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) aan Adverteerder 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 de in de Inkoopbrochure opgenomen inkoopopties die voorzien in de specifieke inkoop van Advertentieruimte in beginsel voorrang krijgen boven de algemene inkoopopties in de Inkoopbrochure. Ster hanteert voor het indienen van radio en televisie Aanvragen per Uitzendcyclus 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 Bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte op het online/het Ster-netwerk geldt het "first come, first serve" principe. Dit betekent dat Aanvragen voor online/het Ster-netwerk na opening van de inkoopperiode van de desbetreffende Vertoningscyclus op volgorde van binnenkomst wordt verwerkt door Ster.

Lid 3 Ster behoudt zich het recht voor om geheel naar eigen inzicht nadere voorrangsregels 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 van de desbetreffende Uitzendcyclus een Marktindex voor de Uitzending van Reclameboodschappen vast.

Lid 2 Ster stelt de Marktindex voor radio en online/het Ster-netwerk op hetzelfde moment vast als de Marktindex voor televisie. Voor online/het Ster-netwerk geldt dat de Marktindices voor Pre-roll/Video en Banner/Display (van elkaar) kunnen verschillen.

Lid 3 De Marktindices voor televisie, radio en online/het Ster-netwerk 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 4 Voor een Vroege Aanvraag op televisie en radio 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 5 Voor online/het Ster-netwerk geldt dat de Marktindices voor een Aanvraag in een Vertoningscyclus, die is ingediend voorafgaand aan de vaststelling van de Marktindices van die Vertoningscyclus, niet hoger kan liggen dan 100. Dit betekent dat bij de vaststelling van een Marktindex op een waarde lager dan 100, deze lagere Marktindex wordt toegepast, maar dat bij de vaststelling van een Marktindex hoger dan 100, een Marktindex van 100 wordt toegepast op de in dit artikellid bedoelde Aanvraag. De Marktindices voor Pre-roll/Video en Banner/Display zijn niet (onderling) uitwisselbaar en worden afzonderlijk toegepast op de Aanvraag.

Lid 6 Indien Contractant vanaf het moment van vaststelling van de Marktindex voor een Uitzend- of Vertoningscyclus meer dan 25% van de totale netto waarde van zijn Aanvragen voor de Uitzend-/Vertoningscyclus uit de periode tot (het moment van) de vaststelling van de Marktindex verschuift naar buiten de betreffende Uitzend- of Vertoningscyclus, vervallen de in lid 4 en 5 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 7 Het bepaalde in lid 4 en 5 is van overeenkomstige toepassing op extra Aangevraagde Advertentieruimte voor een Campagne (hoofdorder) in een Uitzend- of Vertoningscyclus na vaststelling van de Marktindex, tot een maximum van 25% van de totale netto waarde van de vóór de vaststelling van de Marktindex voor die Campagne aangevraagde Advertentieruimte. Voor na de vaststelling van de Marktindex extra

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

Lid 8 Deze voordeelregeling bij Vroege Aanvraag is niet van toepassing op de inkoopopties Stopper Televisie en Stopper Maatwerk Televisie 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/het Ster-netwerk 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); en
- ▶ 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 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

behoefte 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 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 8 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 9 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.

ARTIKEL 10 SAMENVOEGEN DEELORDER BINNEN UITZENDCYCLUS

Ster voegt binnen de Uitzendcyclus inkoopopties met dezelfde spotlengte samen tot een deelorder.

VERKOOPVOORWAARDEN TELEVISIE

ALGEMENE BEPALINGEN

ARTIKEL 11 ONDERTITELING

Om de toegankelijkheid van het media-aanbod op de aanbodkanalen van de NPO verder te vergroten, spant Ster zich in om alle Reclameboodschappen op televisie van ondertiteling via teletekstpagina 888 te voorzien. 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 Spreiding van de GRP's per week te realiseren. Er wordt niet gestuurd op Spreiding 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 Het Nationaal Media Onderzoek (NMO). 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 NMO (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 van Ster.

Lid 2 Contractant stemt er bij voorbaat mee in dat in het geval 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 3 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 inkoopopties waarbij alle GRP's in rekening worden gebracht bij Contractant (zoals de in de Verkoopvoorwaarden beschreven Your Time Televisie "variabel" propositie). Indien na deze verrekening sprake is van een Overscore, dan zal deze door Ster niet aan Contractant in rekening worden gebracht.

Lid 4 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 3 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 aannameslop worden Onderscores niet verrekend met de tweede uitzendcyclus.

Lid 5 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 Televisie en Vaste Kosten per spot, waarbij Contractant zelf invloed heeft op de indeling van de Reclameboodschap. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat Ster zich inspant 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 alleen mogelijk via de inkoopopties van Your Time Televisie met de upgrade 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 15 MEERLINGTOESLAG (TELEVISIE)

Ster brengt vanaf een drielingspot een Meerlingtoeslag in rekening waarvan de hoogte is vermeld in de Inkoopbrochure. Dit betekent dat een toeslag in rekening wordt gebracht indien een Reclameboodschap (waaronder een Boodschap van Algemeen Nut) van een Adverteerder bestaat uit een hoofdspot en ten minste twee tag-ons (ongeacht de volgorde) binnen hetzelfde Reclameblok.

ARTIKEL 16 EVENEMENTEN

Ster kan voor de Reclameblokken tijdens evenementen afwijken van de inkoopopties uit de Inkoopbrochure 2025. Afwijkende inkoopopties, Tarieven en Indices die voor de Reclameblokken rondom deze programmering gelden worden bekendgemaakt op [ster.nl](https://www.ster.nl).

AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN PER INKOOPTIE

ARTIKEL 17 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIE YOUR TIME TELEVISIE

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

- ▶ Bij de “vast”, “variabel” en “daytime vast” (eventueel in combinatie met de upgrades Voorkeurspositie en/of Hotspot) propositie 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.
- ▶ Bij de Your Time Televisie “vast” propositie geldt een minimale grp eis van 10 grp’s per Campagne, per kalendermaand, per spotlengte.
- ▶ Bij de Your Time Televisie “daytime vast” propositie geldt een minimale grp eis van 5 grp’s per Campagne, per kalendermaand, per spotlengte.

- ▶ 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 een Your Time Televisie pakket bij te boeken.
- ▶ De upgrades Hotspot en de combinatie Hotspot en Voorkeurspositie kunnen alleen worden ingekocht vóór de Initiële Aanvraagdeadline. Aanvragen met de upgrade Hotspot krijgen bij de verkoop/reservering van Advertentieruimte voorrang. Het is niet mogelijk een aangevraagde upgrade Hotspot of de combinatie Hotspot en Voorkeurspositie om te boeken/‘downgraden’.
- ▶ 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 Televisie pakket er wordt ingekocht (met uitzondering van Your Time Televisie Daytime Vast).
- ▶ Het is mogelijk om een Voorkeurspositie in te kopen bij de Your Time Televisie “vast”, “variabel” en “daytime” propositie. 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 Televisie pakket er wordt ingekocht (met uitzondering van Your Time Televisie “daytime vast” propositie). Uitsluitend bij inkoop in combinatie met de upgrade Hotspot geldt er voorrang ten opzichte van inkoop zonder Hotspot.
- ▶ Bij de Your Time Televisie “variabel” propositie geldt een Onderscore maximum van 15% met een maximum van 10 GRP’s. Bij dit pakket worden alle GRP’s in rekening gebracht en vindt geen verrekening plaats met de andere inkoopopties. Het is niet mogelijk om (binnen een Uitzend-/Vertoningscyclus) de “variabel” en “vast” proposities in combinatie met elkaar in te kopen.

- ▶ Bij Your Time Televisie proposities kan de Contractant de upgrade 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 18 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIES PRIME TIME TELEVISIE, STER TIME TELEVISIE EN DAY & NIGHT TIME TELEVISIE

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

- ▶ Bij de inkoopoptie Prime Time Televisie wordt de Reclameboodschap uitgezonden tussen 18.00 uur en 24.00 uur. Bij de inkoopoptie Day & Night Time Televisie 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. Het minimum aantal GRPs is vermeld in de Inkoopbrochure.
- ▶ 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.
- ▶ Het is niet mogelijk om na de Aanvraag af te zien van de upgrade Premium.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.

ARTIKEL 19 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STOPPER TELEVISIE EN STOPPER MAATWERK TELEVISIE

Voor de inkoopopties Stopper Televisie en Stopper Maatwerk Televisie gelden de volgende aanvullende/afwijkende 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 20 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STER CULTUUR ...

Voor de inkoopoptie Ster Cultuur ... gelden de volgende aanvullende/afwijkende 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 Cultuur ... tegen elkaar aan te plaatsen.
- ▶ Ster bepaalt wanneer een Ster Cultuur ... blok met een Ster Cultuur ... 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 21 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN KANSSPEL & ALCOHOL

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

- ▶ De kansspel propositie is uitsluitend in te kopen door zogenoemde “long odd” kansspeladverteerders. De alcohol propositie is uitsluitend in te kopen door alcoholadverteerders.
- ▶ Per Sternummer en per spotlengte kan een inkoopoptie eenmaal per kalendermaand worden ingezet.

ARTIKEL 22 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN OVERIG

Voor de Selectpakketten Televisie gelden de volgende aanvullende voorwaarden:

- ▶ Selectpakket “algemeen nut” is uitsluitend beschikbaar voor Boodschappen van Algemeen Nut. Ster deelt in op zenders van publieke mediadiensten.
- ▶ Voor inkoop van het Selectpakket “regio” hanteert Ster een minimale besteding van € 3.000,- excl. BTW.
- ▶ Bij inkoop op Regio wordt ingedeeld op de volgende televisiezenders: RTV NH, RTV Oost, Omroep Brabant, RTV Drenthe, Omroep Fryslân, Radio en TV Gelderland, RTV Noord, RTV Rijnmond, RTV Utrecht, RTV West, L1, Omroep Flevoland, Omroep Zeeland en AT5.
- ▶ De uitzendtijden van Reclameblokken kunnen afwijken per zender. Ster berekend de totaal cumulatieve GRP's per Regio Reclameblok (optelsom van de afzonderlijke Regio Reclameblokken).
- ▶ Ster spant zich in om hetzelfde reclame blok binnen een tijdvak van 2 uur op de Regio uit te zenden.
- ▶ Ster heeft de mogelijkheid om de samenstelling van de Regio zenders aan te passen.

VERKOOPVOORWAARDEN RADIO ALGEMENE BEPALINGEN

ARTIKEL 23 SPREIDING

Als Contractant een Aanvraag doet met de upgrade Spreiding uit de Inkoopbrochure, dan zal Ster zich inspannen 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 publieke mediadiensten, zal Ster zich inspannen om een gelijk aantal Reclameboodschappen per aanbodkanaal per dag uit te zenden. GRP's zijn leidend.

ARTIKEL 24 AANVRAAG PER GRP

Lid 1 De GRP-afrekening is gebaseerd op de luistercijfers van Het Nationaal Media Onderzoek (NMO). Ster volgt hierbij de rapportageregels van het NMO, zoals geformuleerd in het document Calculatie- en rapportageregels NMO. De uit hoofde van de Overeenkomst gerealiseerde GRP's worden door Ster vastgesteld aan de hand van de door NMO gemeten en gerealiseerde gemiddelde luisterdichtheid van de gepubliceerde tijdseenheid van uitzending waarbinnen Uitzending van de Reclameboodschap van Adverteerder plaatsvond.

Lid 2 Contractant stemt er bij voorbaat mee in dat in het geval 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 3 Aan het einde van een Uitzendcyclus (kalenderkwartaal) worden alle Over- en Onderscores van de verschillende overeengekomen inkoopopties (deelorders) per Campagne (hoofdorder) 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.

ARTIKEL 25 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 inkoopoptie Your Time Radio en/of Vaste Kosten per Spot. Voor laatstgenoemde inkoopopties geldt dat Ster zich inspant 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 Radio met de upgrade 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 26 TOP 2000 EN SERIOUS REQUEST

Ster kan voor de Reclameblokken tijdens evenementen, zoals bijvoorbeeld de Top 2000 en Serious Request afwijken van de inkoopopties uit de Inkoopbrochure 2025. Afwijkende inkoop- opties, Tarieven en Indices die voor de Reclameblokken rondom deze programmering gelden worden bekendgemaakt op ster.nl.

AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN PER INKOOPTIE

ARTIKEL 27 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPTIE STER TIME RADIO

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

- ▶ De in de Inkoopbrochure vermelde tijdvakken voor de verschillende Ster Time Radio proposities vangen aan met het Reclameblok vóór het Journaal van het aanvangsuur genoemd in de Inkoopbrochure en eindigen met het Reclameblok na het Journaal van het einduur genoemd in de Inkoopbrochure.
- ▶ Indien Contractant Advertentieruimte via de inkoopoptie Ster Time Radio aanvraagt en een gewenst aantal Reclameboodschappen per dag aangeeft, dan geldt dit als een aanvraag voor een Ster Time Radio pakket met de upgrade Spreiding. Ook bij de optie Spreiding zijn de GRP's leidend.
- ▶ Het is niet mogelijk om na de Aanvraag af te zien van de upgrade Spreiding.

ARTIKEL 28 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN INKOOPOPTIE YOUR TIME RADIO

Bij de Your Time Radio propositie 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 29 SELECTPAKKETTEN

Voor de inkoopoptie Selectpakketten Radio gelden de volgende aanvullende/afwijkende voorwaarden:

- ▶ Selectpakket “FunX” is uitsluitend in te kopen door middel van Vaste Kosten per spot en kan worden geüpgrade met een Voorkeurspositie. De hoogte van de toeslag staat vermeld in de Inkoopbrochure.
- ▶ Selectpakketten “algemeen nut” en “algemeen nut zenderkeuze” zijn uitsluitend beschikbaar voor Boodschappen van Algemeen Nut.
- ▶ De in de Inkoopbrochure vermelde tijdvakken voor de Selectpakketten “algemeen nut” en “algemeen nut zenderkeuze” vangen aan met het Reclameblok vóór het Journaal van het aanvangsuur genoemd in de Inkoopbrochure en eindigen met het Reclameblok na het Journaal van het einduur genoemd in de Inkoopbrochure.

ARTIKEL 30 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN STER CULTUUR ...

Voor de inkoopoptie Ster Cultuur ... 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 Cultuur ... tegen elkaar aan te plaatsen.
- ▶ Ster bepaalt wanneer een Ster Cultuur ... blok met een Ster Cultuur ... bumper en/of leader wordt omlijst.
- ▶ Ster heeft de mogelijkheid om de blokselectie gedurende een maand eenzijdig aan te passen.

ARTIKEL 31 AANVULLENDE/AFWIJKENDE VOORWAARDEN REGIO

Bij (gedeeltelijke) inkoop op Regio(doelgroep) gelden de volgende aanvullende/afwijkende voorwaarden:

- ▶ De Regio omvat de volgende radiozenders: RTV NH, RTV Oost, Omroep Brabant, RTV Drenthe, Omroep Fryslân, Radio en TV Gelderland, RTV Noord, RTV Rijnmond, RTV Utrecht, RTV West, L1, Omroep Flevoland en Omroep Zeeland.
- ▶ Ster is gerechtigd om de samenstelling van zenders te wijzigen. Het is niet mogelijk om één of meer zenders uit te sluiten.
- ▶ Voor inkoop van het Regio pakket hanteert Ster een minimale besteding van € 3.000,- exclusief BTW.

VERKOOPVOORWAARDEN ONLINE

ALGEMENE BEPALINGEN

ARTIKEL 32 PRE-ROLL/VIDEO & BANNER/DISPLAY

Lid 1 Op online/het Ster- netwerk worden zowel Pre-rolls/Video's als Banners/Display uitgeplaatst. Banners/Display Advertentieruimte is beschikbaar voor zowel Reclameboodschappen als Boodschappen van Algemeen Nut, terwijl Pre-rolls/Video's uitsluitend beschikbaar zijn voor Boodschappen van Algemeen Nut. De voorwaarden die verbonden zijn aan de (inkoopoptie) Boodschappen van Algemeen Nut zijn opgenomen in artikel 6 van deze Verkoopvoorwaarden. Zie voor meer informatie de 'aanleverspecificaties online' op www.ster.nl.

Lid 2 De Banner/Display propositie is niet beschikbaar voor zogenoemde "short odd" kansspeladverteerders (inclusief aanbieders van kansspelen of afstand).

ARTIKEL 33 MINIMUM BESTEDING

Lid 1 Voor Directe Deals geldt per Campagne een minimale besteding van € 2.500,- exclusief BTW.

Lid 2 Ster serveert Impressies naar eigen inzicht uit, tenzij specifiek op programmaniveau of segment 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.

Lid 5 Ster is gerechtigd om CPM-tarieven op kwartaalbasis aan te passen. Ster communiceert de Tarieven uiterlijk 6 weken voorafgaande aan het desbetreffende kalenderkwartaal op www.ster.nl.

ARTIKEL 34 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 35 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 36 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 Boedchap van Algemeen Nut dient een nieuwe VAST Tag te worden aangeleverd.





KOM IN CONTACT

TELEFOON

035 672 55 00

MAIL

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)

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

WEBSITE

ster.nl

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



ster.nl