



# *Algemene Bedrijfsgegevens*

## *Algemene Voorwaarden 2009*

### *Algemene Bedrijfsgegevens*

TTG Sales Nederland

De Telegraaf Tijdschriften Groep b.v.  
Basisweg 30, 1043 AP Amsterdam  
Postbus 127, 1000 AC Amsterdam  
Tel: 020 - 583 3333  
Fax: 020 - 585 2728  
E-mail: [info@ttg.nl](mailto:info@ttg.nl)  
Website: [www.ttg.nl](http://www.ttg.nl)

Aanleveren advertentie-materiaal:

De Telegraaf Tijdschriften Groep b.v.  
Basisweg 30, 1043 AP Amsterdam  
Postbus 25, 1000 AA Amsterdam

020 - 585 5222

Autovisie, Autovisie Jaarboek,  
CosmoGIRL!, Elegance, Esquire, FHM, Hitkrant,  
Privé, Residence, Vrouw.

fax

020 - 585 3236



# Algemene Voorwaarden

## Artikel 1 Definities

In deze voorwaarden hebben de genoemde begrippen de volgende betekenis.

**Aanleverdatum:** de uiterlijke datum waarop het Advertentiemateriaal bij de Uitgever moet zijn aangeleverd.

**Advertentie:** iedere commerciële of promotionele uiting die voor plaatsing in de Uitgave wordt aangeboden.

**Advertentiecontract:** de overeenkomst tussen de Uitgever en de Opdrachtgever inhoudende de plaatsing van één of meerdere Advertentie(s).

**Advertentiemateriaal:** het voor de vervaardiging en plaatsing van de Advertentie benodigde materiaal.

**Advertentieruimte:** de overeengekomen ruimte, uitgedrukt in voor de Uitgave gangbare eenheden, die voor Advertenties van de Opdrachtgever beschikbaar is.

**Advertorial:** een Advertentie die qua vorm en inhoud lijkt op een redactionele pagina maar die afkomstig is van een adverteerder.

**Langlopend Advertentiecontract:** een Advertentiecontract waarbij de Opdrachtgever met ingang van de overeengekomen datum en voor de overeengekomen looptijd recht heeft op de overeengekomen Advertentieruimte tegen het overeengekomen tarief.

**Opdrachtgever:** de natuurlijke of rechtspersoon die, ten behoeve van zichzelf of op eigen naam maar ten behoeve van een derde, een Advertentiecontract aangaat met de Uitgever.

**Pluspropositie:** een bijvoegsel bij een Advertentie of bij de Uitgave, zoals een insert, een sachet, een proefmonster of een geurstrip.

**Uitgave:** de papieren of digitale publicatie waarin de Advertentie wordt geplaatst.

**Uitgever:** De Telegraaf Tijdschriften Groep b.v., gevestigd te Amsterdam.

## Artikel 2 Toepasselijkheid

1. Deze algemene voorwaarden zijn van toepassing op, en maken integraal onderdeel uit van alle Advertentiecontracten gesloten tussen de Uitgever en de Opdrachtgever. Enige (algemene) voorwaarden van de Opdrachtgever zijn uitdrukkelijk niet van toepassing.

2. Voorts zijn op alle Advertentiecontracten van toepassing de Regelen voor het Advertentiewezen zoals laatstelijk vastgesteld door de Stichting ROTA en zoals gedeponneerd bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam (zie tevens [www.stichtingrota.nl](http://www.stichtingrota.nl)). In geval van onverenigbaarheid tussen de ROTA Regelen en de onderhavige algemene voorwaarden prevaleren deze laatste.

## Artikel 3 Advertentiecontracten algemeen

1. Een Advertentiecontract kan door de Opdrachtgever worden aangegaan op eigen naam ten behoeve van zichzelf of op eigen naam ten behoeve van een derde.

2. De Uitgever is eerst gebonden aan een Advertentiecontract na schriftelijke bevestiging aan de Opdrachtgever, dan wel door plaatsing van de Advertentie.

## Artikel 4 Langlopende Advertentiecontracten

1. De Opdrachtgever kan in mindering van een Langlopend Advertentiecontract uitsluitend adverteren ten behoeve van zichzelf, dan wel, indien de Opdrachtgever handelt ten behoeve van een derde, ten behoeve van deze specifieke derde.

2. De looptijd van een Langlopend Advertentiecontract is de periode, zoals schriftelijk overeengekomen tussen de Uitgever en de Opdrachtgever, waarbinnen de Advertentieruimte door de Opdrachtgever dient te worden afgenomen.

3. Indien de Opdrachtgever binnen de looptijd van een Langlopend Advertentiecontract niet (geheel) van de Advertentieruimte gebruik heeft gemaakt, kan hij de Uitgever verzoeken tot verlenging van de looptijd van het Langlopend Advertentiecontract. Indien de Uitgever akkoord gaat met verlenging, wordt verlenging verleend voor maximaal 2 maanden.

4. Indien de Opdrachtgever na afloop van de (eventueel verlengde) looptijd niet de gehele Advertentieruimte heeft gebruikt, komt de resterende Advertentieruimte te vervallen en kan hij geen aanspraak maken op restitutie in geld, in Advertentieruimte of op welke wijze dan ook. De Opdrachtgever is niettemin gehouden tot betaling van het gehele verschuldigde bedrag terzake van het Langlopende Advertentiecontract.

5. Op verzoek van de Opdrachtgever kan de Advertentieruimte gedurende de looptijd van het Langlopende Advertentiecontract worden uitgebreid. Alsdan komen de Uitgever en de Opdrachtgever het op die uitbreiding van toepassing zijnde tarief overeen.

6. Een Langlopend Advertentiecontract eindigt automatisch nadat de volledige Advertentieruimte is benut dan wel de overeengekomen looptijd (inclusief een eventuele verlenging, conform het bepaalde in lid 3) is verstreken.

7. Een Langlopend Advertentiecontract dient voorafgaand aan de eerste plaatsing te worden aangegaan. Het is niet mogelijk losse plaatsingen achteraf om te zetten in een Langlopend Advertentiecontract.

## Artikel 5 Advertenties

1. Advertenties in bijzondere kleuren, zoals goud en zilver, zijn slechts bij uitzondering en tegen

betaling van de daarmee gemoeide meerkosten mogelijk.

2. Advertenties mogen geen uitingen bevatten die in strijd met de wet, overige regelgeving (waaronder de Nederlandse Reclame Code), de openbare orde of de goede zeden zijn, noch mag de inhoud daarvan inbreuk maken op de (intellectuele eigendoms-)rechten van derden.

3. Advertenties die daarvoor in aanmerking komen moeten zijn voorzien van een geldig KOAG/KAG stempel.

4. De Uitgever behoudt zich het recht voor een Advertentie, desnoods zonder opgave van redenen, te weigeren.

5. De Uitgever verleent de Opdrachtgever geen exclusiviteit, zoals ten aanzien van de in de Advertentie aangeboden producten of diensten. De Uitgever is vrij om naar eigen inzicht Advertenties van derden te accepteren en op een willekeurige plaats in dezelfde Uitgave te plaatsen.

6. Door de Opdrachtgever aangegeven voorkeuren voor een specifieke plaats in de Uitgave kunnen worden gehonoreerd op basis van beschikbaarheid en onder de voorwaarde dat de Opdrachtgever de voor de betreffende plaats gehanteerde toeslag voldoet.

7. Opties op (specifieke) advertentiepagina's, Advertorials of Plusproposities hebben een geldigheidsduur van twee maanden, tenzij door de Uitgever anders bepaald. Indien de Opdrachtgever niet voor het verstrijken van deze duur schriftelijk heeft aangegeven geen gebruik te willen maken van de optie, wordt deze automatisch omgezet in een Advertentiecontract.

#### **Artikel 6 Advertentiemateriaal**

1. Het Advertentiemateriaal dient uiterlijk op de Aanleverdatum in het bezit te zijn van de Uitgever. De Uitgever is gerechtigd Advertentiemateriaal dat om welke reden ook na de Aanleverdatum wordt ontvangen, niet te plaatsen, onverminderd de verplichting van de Opdrachtgever tot betaling van de met het Advertentiecontract gemoeide kosten. De Opdrachtgever draagt het risico van de verzending van het Advertentiemateriaal, ongeacht de wijze van verzending.

2. De Uitgever zal het ontvangen Advertentiemateriaal met zorg behandelen, maar is niet aansprakelijk voor eventuele beschadiging, het verloren gaan of op andere wijze onbruikbaar worden van het Advertentiemateriaal, tenzij haar opzet of grove nalatigheid kan worden verweten.

3. Het Advertentiemateriaal dient conform Certified PDF Tijdschriften Nederland te worden aangeleverd en dient voor het overige te voldoen aan de door de Uitgever gestelde technische specificaties. Deze zijn beschikbaar via de website van de Uitgever.

4. De Uitgever heeft het recht Advertentiemateriaal dat niet conform de in lid 3 genoemde vereisten wordt aangeleverd te weigeren, dan wel de met plaatsing daarvan gemoeide extra kosten aan de Opdrachtgever in rekening te brengen.

5. De Uitgever streeft er naar het aangeleverde Advertentiemateriaal zo goed mogelijk weer te geven in de Uitgave. De Opdrachtgever dient echter rekening te houden met druk- en kleurafwijkingen.

6. Indien het Advertentiemateriaal na de Aanleverdatum aan de Uitgever ter beschikking is gesteld en plaatsing nog mogelijk is, worden klachten en claims over de wijze van reproduceren en/of kleurkwaliteit uitdrukkelijk uitgesloten.

7. Het Advertentiemateriaal blijft tenminste in bezit van de Uitgever tot de verschijningsdatum van de betreffende Uitgave.

#### **Artikel 7 Bijzondere bepalingen ten aanzien van Advertorials**

1. Het aantal Advertorials per Uitgave is beperkt. De Uitgever bepaalt hoeveel Advertorials per Uitgave worden gehonoreerd.

2. Boven de Advertorial wordt te allen tijde in 8 punts kapitaal de vermelding "Advertentie" OF "Advertorial" geplaatst.

3. De lay-out en typografie van de Advertorial dienen voldoende af te wijken van het (blad) stramien en kop- en/of broodletter van de Uitgave.

4. De (sub-)titel en/of het logo van de Uitgave of de Uitgever mogen slechts worden gebruikt met voorafgaande toestemming van de Uitgever.

5. De afzender van de Advertorial dient duidelijk te worden vermeld.

6. Het logo en het desbetreffende product van de adverteerder in een packshot dienen goed zichtbaar te worden afgebeeld.

7. Door de Uitgever (mede) geproduceerde Advertorials blijven eigendom van de Uitgever. Het is de Opdrachtgever niet toegestaan het gebruikte materiaal zonder voorafgaande toestemming van de Uitgever te hergebruiken voor andere media en/of andere activiteiten.

#### **Artikel 8 Bijzondere bepalingen ten aanzien van Plusproposities**

1. Het aantal Plusproposities per Uitgave is beperkt. De Uitgever bepaalt hoeveel Plusproposities per Uitgave worden gehonoreerd.

2. Ten aanzien van Plusproposities gelden de door de Uitgever nader gestelde en aan de Opdrachtgever kenbaar gemaakte formaten en overige bijzonderheden.

3. De prijs voor een Pluspropositie wordt mede bepaald door de door de Uitgever te maken (extra) productie-, druk-, en portiekosten.

4. Een Pluspropositie mag geen gassen noch schadelijke of gevaarlijke stoffen bevatten.

5. Indien de Pluspropositie bestaat uit een op te plakken bijvoegsel zoals een sachet, kan de Uitgever niet garanderen dat het bijvoegsel exact op de aangegeven plaats in de Advertentie wordt geplaatst. De Opdrachtgever dient rekening te houden met een zekere afwijking in de locatie.

6. De Uitgever kan niet garanderen dat de gehele oplage van de betreffende Uitgave voorzien is van het bijvoegsel. De Opdrachtgever dient rekening te houden met een zekere afwijking van

circa 3%.

7. De Uitgever kan niet garanderen dat de opgegeven drukoplage juist is en is niet aansprakelijk voor eventuele tekorten of overschotten aan bijvoegsels.

8. Op Plusproposities is geen contractkorting van toepassing.

#### **Artikel 9 Bewijsnummers**

1. Opdrachtgever ontvangt standaard één bewijsnummer van de Uitgever.

2. Indien de Opdrachtgever meerdere bewijsnummers wenst te ontvangen geschiedt dat tegen betaling van de losse nummerprijs en onder toepassing van de volgende korting:

- a) Tot en met 10 exemplaren: 10% korting
- b) Tot en met 25 exemplaren: 20% korting
- c) Tot en met 100 exemplaren: 25% korting
- d) >100 exemplaren: 30% korting

3. De gewenste aantallen dienen uiterlijk 3 weken voor de verschijningsdatum van de Uitgever schriftelijk aan Uitgever te zijn doorgegeven.

4. Verzending vindt plaats naar één punt in Nederland.

5. Het verschuldigde bedrag is inclusief verzendkosten, met uitzondering van verzending van 100 exemplaren of meer en verzending naar het buitenland.

#### **Artikel 10 Tarieven en betaling**

1. Op alle Advertentiecontracten zijn de tussen de Uitgever en de Opdrachtgever overeengekomen tarieven van toepassing. Opdrachtgevers aan wie door de Stichting ROTA (tijdelijke) erkenning is verleend kunnen in aanmerking komen voor een korting op het met het Advertentiecontract gemoeide netto bedrag.

2. Alle genoemde tarieven zijn exclusief BTW, tenzij anders vermeld.

3. Betaling van het in verband met een Advertentiecontract verschuldigde bedrag dient te geschieden binnen 30 kalenderdagen na factuurdatum, tenzij anders overeengekomen.

4. Indien betaling van het volledige factuurbedrag door Uitgever is ontvangen binnen 10 kalenderdagen na factuurdatum heeft een Opdrachtgever aan wie door de Stichting ROTA (tijdelijke) erkenning is verleend recht op een extra korting van 0,4% van het factuurbedrag. Uitgever is gerechtigd dit percentage naar eigen inzicht te wijzigen of deze korting geheel te doen vervallen, waarvan hij de Opdrachtgever tijdig schriftelijk op de hoogte zal stellen.

5. Facturering van een Advertentiecontract geschiedt in de regel na elke plaatsing. De Uitgever is gerechtigd bij vooruitbetaling of in gedeelten te factureren.

6. De in lid 3 genoemde termijn geldt als een fatale termijn. Indien niet binnen deze termijn het volledige verschuldigde bedrag is voldaan is de Opdrachtgever van rechtswege in gebreke en is vanaf de vervaldatum de wettelijke handelsrente verschuldigd over het openstaande bedrag. Alle kosten die gemoeid zijn met de (buitengerechtelijke) incasso van het verschuldigde bedrag komen voor rekening van de Opdrachtgever, waarbij deze kosten op tenminste 15% van de verschuldigde hoofdsom vermeerderd met rente worden gesteld, met een minimum van 150,=.

7. Klachten over de uitvoering van een Advertentiecontract ontslaan de Opdrachtgever niet van betaling van het daarmee gemoeide bedrag.

#### **Artikel 11 Annulering**

1. Annulering van een Advertentiecontract kan uitsluitend kosteloos geschieden tot 1 maand voor de Aanleverdatum.

2. Bij annulering na de in lid 1 bedoelde termijn is de Opdrachtgever het volgende verschuldigd:

- a) tot 1 maand vóór de Aanleverdatum: 25% van het verschuldigde bedrag;
- b) annulering tussen 1 maand en 2 weken vóór de Aanleverdatum: 50% van het verschuldigde bedrag;
- c) vanaf 2 weken vóór de Aanleverdatum: 100% van het verschuldigde bedrag.

3. Indien specifieke eisen aan de Advertentie tot extra drukkosten leiden, is het in dit artikel bepaalde van overeenkomstige toepassing op deze extra kosten.

#### **Artikel 12 Tekortkoming en aansprakelijkheid**

1. De Opdrachtgever is aansprakelijk voor alle kosten en schade aan de zijde van de Uitgever die voortvloeien uit het Advertentiecontract. De Opdrachtgever vrijwaart de Uitgever voor aanspraken van derden en alle daarmee verbandhoudende kosten, waaronder uitdrukkelijk begrepen aanspraken in verband met het bepaalde in artikel 5 lid 2 alsmede aanspraken van de Nederlandsche Bank N.V. met betrekking tot bankbiljetten.

2. Indien de Opdrachtgever tekortschiet in de nakoming van zijn verplichtingen uit het Advertentiecontract is de Uitgever gerechtigd de uitvoering van het Advertentiecontract voor de duur van de tekortkoming op te schorten, dan wel het Advertentiecontract geheel of gedeeltelijk te ontbinden, zonder gehouden te zijn tot vergoeding van enigerlei schade aan de zijde van de Opdrachtgever. De Opdrachtgever is gehouden alle uit de tekortkoming voor de Uitgever voortvloeiende schade te vergoeden, onverminderd de verplichting tot betaling van het volledige met het Advertentiecontract gemoeide bedrag.

3. De Uitgever is slechts aansprakelijk voor schade aan de zijde van de Opdrachtgever ontstaan door het niet (tijdig) plaatsen van een Advertentie, door onjuistheden in (de weergave van) een Advertentie of door andere oorzaak, indien haar terzake opzet of grove nalatigheid kan worden verweten. Eventuele aansprakelijkheid is beperkt tot het met het betreffende

Advertentiecontract (al dan niet pro rata) gemoeide bedrag. Aansprakelijkheid voor indirecte schade of gevolgschade wordt uitdrukkelijk uitgesloten.

4. Indien zich aan de zijde van de Uitgever onvoorziene omstandigheden voordoen of sprake is van overmacht, heeft de Uitgever het recht de uitvoering van het Advertentiecontract op te schorten zolang deze situatie voortduurt dan wel, naar keuze van de Uitgever, het Advertentiecontract geheel of gedeeltelijk te ontbinden. De Uitgever is in een dergelijk geval niet gehouden tot vergoeding van enigerlei schade aan de zijde van de Opdrachtgever.

#### **Artikel 13 Derden**

1. De Opdrachtgever is aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit het Advertentiecontract. De Opdrachtgever die op eigen naam maar ten behoeve van een derde een Advertentiecontract is aangegaan staat er voor in, dat deze derde de bepalingen van het Advertentiecontract aanvaardt en naleeft.

2. Indien een bemiddelaar, zoals een reclame- of mediabureau, een Advertentiecontract afsluit in naam en voor rekening van een derde (zijnde de Opdrachtgever), dient deze bemiddelaar op verzoek van de Uitgever aan te tonen dat hij bevoegd is te handelen in opdracht van deze derde. Indien niet kan worden aangetoond dat de bemiddelaar bevoegd handelde wordt hij geacht op eigen naam en voor eigen rekening te hebben gehandeld.

#### **Artikel 14 Slotbepalingen**

1. Eventuele klachten over de uitvoering van een Advertentiecontract (waaronder klachten ten aanzien van de wijze van reproduceren of de kleurkwaliteit) dienen binnen 30 dagen na verschijningsdatum van de betreffende Uitgave schriftelijk bij de Uitgever te zijn ingediend. Het indienen van een klacht ontslaat de Opdrachtgever niet van zijn (betalings-) verplichtingen.

2. Eventuele afwijkingen of aanvullingen op het Advertentiecontract en deze voorwaarden zijn slechts geldig indien schriftelijk door de Uitgever bevestigd.

3. De onverbindendheid of ongeldigheid van een van de bepalingen van deze voorwaarden tast de geldigheid van de overige bepalingen niet aan.

4. Op het Advertentiecontract is Nederlands recht van toepassing.

5. Eventuele geschillen die voortvloeien uit het Advertentiecontract worden bij uitsluiting voorgelegd aan de bevoegde rechter te Amsterdam.

6. Deze algemene voorwaarden treden in werking op 1 januari 2008.

#### **Richtlijnen advertorials**

Deze richtlijnen zijn van toepassing op advertorials die geplaatst worden in de tijdschriften van De TTG en gelden zowel voor de door of in opdracht van De TTG geproduceerde advertorials als voor door derden aangeleverde advertorials.

Advertorials zijn advertentiepagina's die in hun vorm en inhoud lijken op redactiepagina's. Zij hebben een informatief karakter, waarbij de adverteerder duidelijk de afzender is. Voor de uitvoering gelden een aantal richtlijnen t.w.:

- Er mag geen gebruik worden gemaakt van de kop en/of broodletter van het betreffende tijdschrift, waarin de advertorial wordt geplaatst.

- De lay-out en typografie mogen geen directe kopie zijn van het (blad)stramien van een (vaste) rubriek van het tijdschrift waarin de advertorial wordt geplaatst, waarbij het wezen van een advertorial niet wordt aangetast.

- Zowel de titel als het logo van het tijdschrift mag niet in de tekst worden gebruikt.

- De afzender van de advertorial moet duidelijk zijn.

- Het logo én het product van de adverteerder in een packshot moeten goed zichtbaar in de advertorial worden afgebeeld.

Boven de advertorial wordt in 8 punts kapitaal de vermelding 'ADVERTENTIE' of 'ADVERTORIAL' geplaatst.

Het aantal advertorials per editie van het betrokken tijdschrift is gelimiteerd. Per titel is dit ter beoordeling aan de uitgever.

Het is niet toegestaan het materiaal van de advertorial voor andere media en/of andere activiteiten te gebruiken zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever. Het door of namens de uitgever vervaardigde advertorialmateriaal is eigendom van de uitgever.

De Algemene Voorwaarden van De TTG zijn onverkort van toepassing op opdrachten voor en uitvoering van advertorials.



Voor de realisatiekosten van advertorials berekent De TTG 30% van de losse paginaprijs zoals vermeld op de tariefkaart met een minimum van € 2000.

Deze prijs is gebaseerd op aanleveren van teksten, foto's/illustraties en dergelijke. Indien De TTG moet fotograferen of andere speciale werkzaamheden moet verrichten, dan wordt dat additioneel geoffreerd.

De plaatsingskosten bedragen het normale advertentietarief.

#### **Omzet-Korting**

De Omzet-Korting wordt uitsluitend verleend indien er een schriftelijke overeenkomst bestaat tussen de contractaanvrager en De TTG, waarin wordt aangegeven met hoeveel omzet wordt geadverteerd.

Kortingspercentages worden alléén berekend over het losse plaatsingsbedrag. Over tarieven bij het aanleveren van niet drukgereed advertentiemateriaal, hecht-, plakkaarten, in- en outserts, bewijsnummers, etc., wordt geen Omzet-Korting gegeven.

#### **Contractbonus**

Contracten welke in aanmerking komen voor de contractbonus zijn onlosmakelijk verbonden met de tariefkaarten d.d. 1 januari 2008 en hebben een looptijd van maximaal 12 maanden.

Contracten worden afgesloten voor de periode van 1 januari t/m 31 december 2008. Een contract welke wordt ingediend vóór 1 februari 2008 komt in aanmerking voor een extra korting van 2,5% op de in het contract overeengekomen omzet.

#### **Transparantie**

De Uitgever kan aan een Tussenpersoon vaste en variabele kortingen verlenen, daaronder begrepen bonuskortingen waarvan de hoogte afhankelijk is van de netto jaaromzet die is gerealiseerd met de Advertentiecontracten die met of door bemiddeling van de betreffende Tussenpersoon zijn gesloten. De Tussenpersoon die als lasthebber of bemiddelaar voor een Opdrachtgever optreedt, is gehouden om deze Opdrachtgever voorafgaand en op eigen initiatief te informeren over een eventueel eigen belang dat de Tussenpersoon heeft, financieel of anderszins, bij de totstandkoming van een Advertentiecontract met de Uitgever. De Tussenpersoon moet daarbij afdoende invulling geven aan haar verplichting om transparant te zijn jegens de Opdrachtgever(s) waarvoor zij optreedt.

#### **Algemeen**

Voor de regels en technische specificaties met betrekking tot inserts, antwoordkaarten, sachets, enzovoorts zie: [www.ttg.nl](http://www.ttg.nl)

