

branddeli®

**ALGEMENE
ADVERTENTIE
VOORWAARDEN
2017**



ALGEMENE ADVERTENTIEVOORWAARDEN 2017

Inhoudsopgave

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

I. ALGEMEEN

ARTIKEL 1. DEFINITIES

In deze Algemene Advertentievoorwaarden wordt verstaan onder:

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

“**Advertentie**”: elke (promotionele) uiting die in het kader van de uitvoering van een Mediacontract bestemd is om aan het publiek te worden getoond alsmede losse componenten die bestemd zijn om deel uit te maken van een Advertentie (zoals beeldmateriaal, merken, logo's en audio);

“**Advertentieruimte**”: de ruimte die op grond van een Mediacontract voor Advertenties van de Adverteerder beschikbaar is, uitgedrukt in voor de betreffende vorm van adverteren gangbare eenheden;

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

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

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

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

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

“**Bureau**”: het media- of reclamebureau dat, al dan niet op eigen naam, namens de Adverteerder met BrandDeli een Mediacontract sluit;

“**Bureaucommissie**”: de eventueel aan een ROTA erkend Bureau toekomende korting;

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

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

“**Content**”: door BrandDeli in het kader van een Mediacontract Brand Partnerships te creëren en/of produceren content, waaronder, maar niet beperkt tot Advertenties en (commerciële) concepten;

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

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



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

“Jaarcontract”: een Mediacontract op grond waarvan de Adverteerder zich verplicht in een bepaalde periode (van doorgaans een jaar) een bepaalde Media Investering te doen, al dan niet onderverdeeld in de afname van Spotzendtijd, Brand Partnerships en/of Online advertising;

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

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

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

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

“Online advertising”: alle vormen van online adverteren die BrandDeli aanbiedt, waaronder (maar niet beperkt tot) pre-rolls, mid-rolls, skyscrapers, leaderboards en rectangles;

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

“Productie Investering”: het door de Adverteerder aan BrandDeli verschuldigde bedrag in verband met door BrandDeli te creëren en/of te produceren Content;

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

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

“Spot”: een Advertentie die (mede) bestemd is te worden uitgezonden in een of meer Reclameblokken op een of meer Zenders van de door BrandDeli vertegenwoordigde Exploitanten;

“Spotzendtijd”: Advertentieruimte voor de uitzending van Spots;

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

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

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

“Voorwaarden”: de onderhavige Algemene Advertentievoorwaarden;

“Websites”: de online platformen waarvan BrandDeli (een deel van de) Advertentieruimte verkoopt;

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

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



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

ARTIKEL 2. TOEPASSELIJKHEID VOORWAARDEN

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

ARTIKEL 3. MEDIACONTRACTEN ALGEMEEN

- 3.1 Onverminderd het bepaalde in Artikel 3.2 kan de Advertentieruimte uit een Mediacontract alleen worden ingezet ten behoeve van de Adverteerder zelf.
- 3.2 De Adverteerder kan een Mediacontract (mede) aangaan ten behoeve van aan zijn onderneming gelieerde vennootschappen waarvan de Adverteerder meer dan 51% van de aandelen bezit.
- 3.3 Indien aan het einde van een Mediacontract de overeengekomen Advertentieruimte niet volledig is afgenomen, komt het restant te vervallen. De Adverteerder heeft in dat geval geen aanspraak op restitutie in welke vorm dan ook, onverminderd de verplichting van de Adverteerder om de uit hoofde van dat Mediacontract verschuldigde Vergoeding volledig te voldoen.
- 3.4 Een Mediacontract eindigt automatisch bij het verstrijken van de overeengekomen looptijd. Tenzij schriftelijk anders bepaald, is tussentijdse beëindiging van een Mediacontract niet mogelijk. Bepalingen uit het Mediacontract die daartoe naar hun aard bedoeld zijn, blijven ook na het einde van het Mediacontract van kracht.
- 3.5 BrandDeli is gerechtigd een Campagne geheel of gedeeltelijk tussentijds te staken en/of een Mediacontract tussentijds geheel of gedeeltelijk te beëindigen, indien uitvoering van de Campagne c.q. nakoming van het Mediacontract door gewijzigde wet- of regelgeving redelijkerwijs niet meer van BrandDeli kan worden gevraagd.
- 3.6 BrandDeli is gerechtigd om naar eigen inzicht derden in te schakelen bij de uitvoering van een Mediacontract.

ARTIKEL 4. BEMIDDELING

- 4.1 Indien een Mediacontract door (bemiddeling van) een Bureau wordt gesloten, aanvaardt het Bureau daarmee mede voor zichzelf de toepasselijkheid van deze Voorwaarden.
- 4.2 BrandDeli is gerechtigd (maar niet verplicht) het Bureau te verzoeken aan te tonen dat het Bureau een toereikende volmacht van de betreffende Adverteerder heeft. Indien het Bureau dit naar het oordeel van BrandDeli niet genoegzaam kan aantonen, wordt het Bureau geacht het Mediacontract voor eigen rekening te sluiten en wordt het Bureau

- dientengevolge zelf als Adverteerder beschouwd, als gevolg waarvan het Bureau zelfstandig gehouden is tot nakoming van alle verplichtingen uit het Mediacontract.
- 4.3 Indien de Adverteerder zich gedurende de looptijd van een Mediacontract niet meer laat vertegenwoordigen door het Bureau dat hem vertegenwoordigde op het moment van aangaan van het betreffende Mediacontract, dient de Adverteerder op eerste verzoek van BrandDeli genoegzaam aan te tonen dat het opvolgende Bureau de verplichtingen van het oorspronkelijke Bureau overneemt voor de nog resterende looptijd van het Mediacontract.
- 4.4 Indien de Adverteerder na totstandkoming van een Mediacontract gemotiveerd betwist dat het Bureau bevoegd was dit Mediacontract namens de Adverteerder aan te gaan, is het Bureau jegens BrandDeli volledig aansprakelijk voor de nakoming van het betreffende Mediacontract.
- 4.5 Onverminderd het bepaalde in Artikel 8.3, is de Adverteerder (hoofdelijk) aansprakelijk voor de nakoming van de verplichtingen uit het Mediacontract, waaronder, maar niet beperkt tot betaling van de Vergoeding en het nakomen van de overeengekomen Media Investering.
- 4.6 Alleen ROTA erkende Bureaus kunnen aanspraak maken op Bureaucommissie.
- 4.7 Een Bureau dat als lasthebber of bemiddelaar voor een Adverteerder optreedt, is gehouden om de Adverteerder voorafgaand en op eigen initiatief te informeren over een eventueel eigen belang dat het Bureau heeft, financieel of anderszins, bij de totstandkoming van een Mediacontract met BrandDeli.

ARTIKEL 5. DOOR DE ADVERTEERDER AANGELEVERDE ADVERTENTIES

- 5.1 De Adverteerder garandeert dat door hem aangeleverde Advertenties:
- (i) geen inbreuk maken op enig recht van derden;
 - (ii) niet beledigend, aanstootgevend, obscene of anderszins in strijd met de openbare orde of goede zeden zijn;
 - (iii) de reputatie van BrandDeli en de Exploitanten op geen enkele wijze schaden;
 - (iv) BrandDeli en de Exploitanten niet blootstellen aan (het risico op) een strafrechtelijke of civiele procedure;
 - (v) geen verborgen signalen, software of andere elementen bevatten die een ander doel dienen dan het op normale wijze aan het publiek overbrengen van de Advertenties;
 - (vi) voldoen aan alle toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder begrepen maar niet beperkt tot de Mediawet, de Nederlandse Reclame Code en/of de Ofcom Broadcast Code; en
 - (vii) voldoen aan de Specificaties. De Specificaties kunnen van tijd tot tijd wijzigen. BrandDeli zal Adverteerder zo goed mogelijk op de hoogte houden van de actuele Specificaties maar heeft geen invloed op wijzigingen van de Specificaties door de Exploitanten.
- 5.2 De Adverteerder garandeert voorts dat hij alle rechten, licenties en toestemmingen verkregen heeft die nodig zijn voor het gebruik van de Advertenties door BrandDeli en de Exploitanten in overeenstemming met deze Voorwaarden en het Mediacontract.
- 5.3 De Adverteerder verleent BrandDeli en de Exploitanten het recht om in het kader van de uitvoering van het Mediacontract gebruik te maken van de Advertentie. Dit recht omvat mede alle intellectuele eigendomsrechten die onderdeel zijn van de Advertentie (zoals merkrechten, auteursrechten en naburige rechten). Onder 'gebruik' wordt mede begrepen openbaar maken, verveelvoudigen en/of distribueren op welke wijze dan ook via de kanalen van de in aanmerking komende Exploitanten, door middel van bijvoorbeeld satelliet, kabel, IPTV, ADSL, DSL, online en/of mobiele netwerken, ongeacht de wijze van aflevering (lineair/on demand) en ongeacht de relatie met de eindgebruiker (betaald of niet betaald) en ongeacht de wijze van uitzending (High definition of anderszins).

- 5.4 BrandDeli en/of de Exploitanten hebben het recht om, indien een Advertentie niet voldoet aan het in deze Voorwaarden bepaalde, of desnoods zonder opgave van redenen, Advertenties te weigeren dan wel het uitzenden/vertonen van Advertenties op elk moment te staken. BrandDeli noch de Exploitanten zijn aansprakelijk voor de door de Adverteerder in verband daarmee gemaakte kosten en/of geleden schade.

ARTIKEL 6. AANLEVERING ADVERTENTIES

- 6.1 Advertentiemateriaal dient vóór de sluitingstijd bij BrandDeli te worden aangeleverd conform de van toepassing zijnde aanleverspecificaties, zoals [hier](#) te vinden. De aanleverspecificaties kunnen van tijd tot tijd wijzigen.
- 6.2 Het risico van tijdige en juiste aanlevering ligt bij de Adverteerder.
- 6.3 BrandDeli is niet aansprakelijk voor schade aan en/of verlies van door haar ontvangen Advertenties, tenzij haar ter zake opzet of grove nalatigheid kan worden verweten.
- 6.4 BrandDeli is niet gehouden Advertenties gedurende een bepaalde periode na laatste uitzending/vertoning te bewaren. BrandDeli is jegens de Adverteerder niet aansprakelijk voor schade in verband met de verwijdering van Advertenties.

ARTIKEL 7. AANPASSING MEDIA INVESTERING

- 7.1 De Adverteerder kan BrandDeli na totstandkoming van een Jaarcontract schriftelijk laten weten de overeengekomen Media Investering naar boven bij te willen stellen. Alsdan gelden de volgende regels voor verrekening:
- indien de bijstelling wordt gedaan vóór 1 april 2017 zal de nieuwe Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 worden verrekend.
 - indien de bijstelling wordt gedaan op of na 1 april 2017 zal de nieuwe Basisprijs c.q. CPM ingaan per de eerste van de kalendermaand waarin Adverteerder schriftelijk heeft aangegeven de Media Investering te willen verhogen.
- 7.2 Indien de Adverteerder op enig moment gedurende de looptijd van een Jaarcontract verwacht de overeengekomen Media Investering niet te behalen, dient hij dit schriftelijk aan BrandDeli mee te delen. Alsdan gelden de volgende regels voor verrekening:
- indien de genoemde mededeling vóór 1 oktober 2017 door BrandDeli wordt ontvangen, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 worden aangepast en verrekend op basis van het aantal aangevraagde GRP's c.q. het aantal aangevraagde impressies. Op dit bedrag is Bureaukorting van toepassing.
 - indien de genoemde mededeling op of na 1 oktober 2017 door BrandDeli wordt ontvangen, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 worden aangepast en verrekend en voorts worden vermeerderd met 10% over het verschil tussen de overeengekomen Media Investering en de daadwerkelijk afgenomen Advertentieruimte. Op dit bedrag is Bureaukorting van toepassing.
 - indien de genoemde mededeling op of na 1 december 2017 door BrandDeli wordt ontvangen, zal de Basisprijs c.q. CPM met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 worden aangepast en verrekend en voorts worden vermeerderd met 20% over het verschil tussen de overeengekomen Media Investering en de daadwerkelijk afgenomen Advertentieruimte. Op dit bedrag is Bureaukorting van toepassing.

ARTIKEL 8. VERGOEDING EN BETALING

- 8.1 De Vergoeding wordt bepaald op basis van de op enig moment geldende Tariefkaart, tenzij schriftelijk anders overeengekomen.



- 8.2 BrandDeli kan de Tariefkaart gedurende de looptijd van het Mediacontract aanpassen, in welk geval de aangepaste Tariefkaart vanaf de ingangsdatum van de aangepaste Tariefkaart van toepassing wordt op het Mediacontract.
- 8.3 Tenzij schriftelijk anders overeengekomen en onverminderd het bepaalde in Artikel 4.5, is het Bureau jegens BrandDeli gehouden tot betaling van de uit hoofde van een door hem aangevraagde Campagne verschuldigde Vergoeding.
- 8.4 BrandDeli zal de verschuldigde Vergoeding maandelijks factureren, tenzij schriftelijk anders overeengekomen. BrandDeli is gerechtigd vooruit te factureren en/of zekerheidsstelling te verlangen van het Bureau c.q. de Adverteerder.
- 8.5 Alle door BrandDeli gecommuniceerde prijzen zijn exclusief BTW, tenzij anders vermeld.
- 8.6 De facturen van BrandDeli dienen binnen 30 dagen na factuurdatum te zijn voldaan, tenzij schriftelijk anders overeengekomen of een andere termijn op de factuur is vermeld.
- 8.7 Bij gebreke van tijdige betaling is BrandDeli gerechtigd het opeisbare bedrag vanaf de vervaldatum te vermeerderen met de wettelijke handelsrente, waarbij een gedeelte van een maand wordt gerekend als de gehele maand. Voorts komen alle ((buiten)gerechtelijke) kosten die BrandDeli maakt in verband met de inning van het verschuldigde bedrag volledig voor rekening van het Bureau c.q. de Adverteerder. Deze kosten worden gesteld op ten minste 15% van de verschuldigde hoofdsom, vermeerderd met rente, met een minimum van €150.
- 8.8 Het Bureau c.q. de Adverteerder heeft 3 maanden de tijd om de juistheid van een factuur te betwisten of teveel betaalde bedragen terug te vorderen. Na afloop van deze termijn kan geen beroep meer worden gedaan op de onjuistheid van een factuur of teveel betaalde bedragen. Gedeeltelijke betwisting van een factuur laat de verplichting tot betaling van het niet betwiste deel onverlet.
- 8.9 Betaling van een factuur wordt eerst in mindering gebracht op de eventueel op grond van Artikel 8.7 gemaakte incassokosten, vervolgens op de verschuldigde rente en daarna op het oorspronkelijke factuurbedrag.
- 8.10 Het is het Bureau c.q. de Adverteerder niet toegestaan een vordering op BrandDeli te verrekenen met facturen van BrandDeli.
- 8.11 Het is het Bureau c.q. de Adverteerder niet toegestaan enige betalingskorting in mindering te brengen op de facturen van BrandDeli, tenzij schriftelijk anders overeengekomen.

ARTIKEL 9. TOEREKENBARE TEKORTKOMING, AANSPRAKELIJKHEID

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

- schending van een garantie uit deze Voorwaarden en/of het Mediacontract door de Adverteerder, dan wel die anderszins gerelateerd zijn aan (de inhoud van) een Advertentie.
- 9.5 Enig toerekenbaar tekortschieten van BrandDeli in de nakoming van haar verplichtingen uit een Mediacontract geeft de Adverteerder niet het recht de nakoming van zijn verplichtingen uit dat Mediacontract op te schorten dan wel het Mediacontract te beëindigen.
- 9.6 Elke aansprakelijkheid van BrandDeli uit hoofde van een Mediacontract of anderszins is beperkt tot vergoeding van directe schade, tot maximaal het bedrag gemoeid met de in verband met de specifieke Advertentieruimte, ten aanzien waarvan BrandDeli tekort is geschoten, verschuldigde Vergoeding.
- 9.7 BrandDeli is in geen geval aansprakelijk voor indirecte of gevolgschade waaronder begrepen (maar niet beperkt tot) gederfde winst, geleden verlies, verloren manuren, bedrijfsstagnatie, gemiste besparingen en imagoschade aan de zijde van de Adverteerder.
- 9.8 De beperkingen genoemd in de leden 9.5 tot en met 9.7 van dit Artikel gelden mede ten behoeve van de hulppersonen en onderaannemers van BrandDeli, alsmede de Exploitanten.

ARTIKEL 10. OVERMAGHT, FAILLISSEMENT

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

ARTIKEL 11. DIVERSEN

- 11.1 De Adverteerder heeft geen aanspraak op exclusiviteit ten aanzien van de middelen de Advertenties aangeboden producten of diensten. BrandDeli is vrij om naar eigen inzicht advertenties van derden te accepteren en in te delen.
- 11.2 Door de Adverteerder gewenste Voorkeursposities kunnen alleen worden gehonoreerd indien en voor zover beschikbaar. Op Voorkeursposities is de op de Tariefkaart vermelde Index van toepassing.
- 11.3 Klachten over (niet) uitgezonden Advertenties dienen binnen 10 dagen na (geplande) uitzending schriftelijk en gemotiveerd bij BrandDeli te worden ingediend. Indien BrandDeli

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

II. MEDIACONTRACTEN SPOTZENDTIJD

ARTIKEL 12. ALGEMEEN

- 12.1 Voor volwassenen (20-49) en kids (6-12) worden aparte Basisprijzen overeengekomen.
- 12.2 Om de netto maandprijs per doelgroep (kosten per GRP) te berekenen, worden de van toepassing zijnde Indices en eventuele andere kortingen en/of toeslagen toegepast op de Basisprijs.
- 12.3 Aanvragen, mutaties of annuleringen voor Campagnes en individuele Spots dienen altijd tijdig schriftelijk aan BrandDeli te worden bevestigd.
- 12.4 Campagneaanvragen worden uitsluitend door BrandDeli in behandeling genomen indien het product of de dienst waarvoor de Campagneaanvraag geldt naar het oordeel van BrandDeli past bij de door de Adverteerder aangevraagde doelgroep.
- 12.5 De aangevraagde doelgroep bepaalt op welke Zenders BrandDeli de aangevraagde Spotzendtijd zal indelen. BrandDeli publiceert maandelijks een indicatieve zenderverdeling. Deze zenderverdeling is [hier](#) te vinden.
- 12.6 Per Campagne geldt een minimale looptijd zoals vermeld op de Tariefkaart. Een kortere looptijd dan wel het uitsluiten van dagen bij Campagnes met een looptijd langer dan het geldende minimum is alleen mogelijk onder de voorwaarden zoals vermeld op de Tariefkaart.
- 12.7 Het aantal Spots binnen een Campagne kan per pakket verschillen. Uitzendschema's worden door BrandDeli naar eigen inzicht bepaald en geoptimaliseerd.
- 12.8 GRP-pakketten worden afgerekend op basis van gemiddelde Reclameblok Kijkdichtheden op basis van totaal kijkgedrag (inclusief gastkijkers en uitgesteld kijken).
- 12.9 Het minimale Budget voor een Campagne ingekocht op Spot aantallen bedraagt € 3.000.
- 12.10 Binnen een Doelgroepakket kan per Campagne maandelijks maximaal 1 doelgroep worden aangevraagd. Een kidsdoelgroep kan wel met een volwassen doelgroep worden gecombineerd.
- 12.11 Het wijzigen van pakketvorm is niet toegestaan bij reeds geboekte Spots binnen een Campagne.

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

ARTIKEL 13. WERKAFSPRAAK

- 13.1 Als voorwaarde voor de afname van Spotzendtijd geldt dat een Mediacontract tot stand komt tussen de Adverteerder en BrandDeli.
- 13.2 Gedurende de periode dat in een bepaald kalenderjaar nog geen Jaarcontract tot stand is gekomen, maar de Adverteerder wel al Spotzendtijd wenst af te nemen, zal tussen BrandDeli en de Adverteerder een Werkafsprak gelden.
- 13.3 Acceptatie door de Adverteerder van de door BrandDeli voorgestelde Werkafsprak geldt als absolute voorwaarde voor het kunnen afnemen van Spotzendtijd. Op de Werkafsprak is de op enig moment geldende Tariefkaart onverkort van toepassing.
- 13.4 Met het doen van een Campagneaanvraag vóór uitdrukkelijke acceptatie van de door BrandDeli voorgestelde Werkafsprak, wordt de Adverteerder geacht het voorstel van BrandDeli onvoorwaardelijk en onherroepelijk te hebben geaccepteerd.
- 13.5 De in het kader van de Werkafsprak verbruikte Advertentieruimte maakt deel uit van het nog af te sluiten Jaarcontract.
- 13.6 Indien op 1 april 2017 nog geen Jaarcontract is overeengekomen, wordt de Werkprijs met ingang van 1 april 2017 met 5% verhoogd.
- 13.7 Indien een Jaarcontract vóór 1 april 2017 wordt gesloten, geldt de overeengekomen Basisprijs met terugwerkende kracht per 1 januari 2017. De overeengekomen Basisprijs

wordt in dat geval met de Werkprijs verrekend op basis van behaalde GRP's, tenzij schriftelijk anders overeengekomen. Eventuele Onderscores (waarde van GRP) die door deze verrekening ontstaan, zullen worden gecompenseerd in Bonuszendtijd.

- 13.8 Indien een Jaarcontract op of na 1 april 2017 wordt gesloten, geldt de overeengekomen Basisprijs vanaf de eerste dag van de maand waarin het Jaarcontract is gesloten, tenzij schriftelijk anders overeengekomen.
- 13.9 Indien de Basisprijs van een Jaarcontract, dat op of na 1 april 2017 wordt overeengekomen, hoger is dan de Werkprijs, zal BrandDeli de Werkprijs met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 verrekenen met de overeengekomen Basisprijs, tenzij schriftelijk anders overeengekomen.
- 13.10 Indien de Adverteerder op basis van een Werkafpraak Spotzendtijd heeft afgenomen maar nadien geen Jaarcontract tot stand komt, is BrandDeli gerechtigd om met terugwerkende kracht tot en met 1 januari 2017 de Werkprijs te verrekenen met de prijs die de Adverteerder verschuldigd zou zijn op basis van de reeds afgenomen Spotzendtijd.

ARTIKEL 14. VERREKENING, BONUSZENDTIJD

- 14.1 Na afloop van elke kalendermaand worden alle Over- en Onderscores van de ingekochte pakketten op Campagneniveau vastgesteld en eventueel maand overschrijdend met elkaar verrekend. Overscores worden nooit boven het totaal aangevraagde Budget van een Campagne verrekend.
- 14.2 Indien het Budget of de looptijd van de oorspronkelijke Campagneaanvraag gedurende een kalendermaand wordt verlaagd of verkort, wordt het pakket afgerekend op basis van het aantal daadwerkelijk gerealiseerde GRP's. Reeds geboekte Spots kunnen niet worden omgeboekt naar een pakket met een lagere productindex.
- 14.3 De Adverteerder heeft slechts recht op Bonuszendtijd indien daartoe naar de mening van BrandDeli aanleiding is dan wel de Adverteerder daar op grond van het Mediacontract uitdrukkelijk recht op heeft.
- 14.4 Bonuszendtijd moet binnen 3 maanden na toekenning en te allen tijde binnen hetzelfde kalenderjaar worden ingezet, anders komt deze automatisch te vervallen.
- 14.5 Spots ingezet in Bonuszendtijd worden afgerekend naar de waarde van de behaalde GRP's.
- 14.6 Betaalde Spotzendtijd gaat altijd voor op Bonuszendtijd. Bonuszendtijd is te allen tijde verplaatsbaar door BrandDeli.
- 14.7 Het omzetten van reeds aangevraagde Spotzendtijd in Bonuszendtijd is niet toegestaan.

ARTIKEL 15. ANNULERINGSREGELING SPOTZENDTIJD

- 15.1 Een aangevraagde Campagne kan door de Adverteerder tot publicatie van het uitzendschema kosteloos worden gewijzigd of (geheel of gedeeltelijk) worden geannuleerd. Indien de Adverteerder een (deel van een) reeds aangevraagde Campagne wijzigt of annuleert na publicatie van het uitzendschema, is BrandDeli gerechtigd de Adverteerder de volgende annuleringskosten in rekening te brengen:
- indien meer dan 25% van het oorspronkelijk in een kalendermaand geboekte Budget wordt geannuleerd, is de Adverteerder 4% annuleringskosten over het in die maand afgeboekte deel van het Budget verschuldigd aan BrandDeli. Dit bedrag wordt verhoogd met BTW en hierop is geen Bureaucommissie van toepassing. Het oorspronkelijk geboekte Budget is het hoogste Budget zoals dat op enig moment in de betreffende kalendermaand geboekt is.
 - indien de annulering 3 volle werkdagen of korter voor de uitzenddatum van de geannuleerde Spot(s) plaatsvindt, zal 100% van de Vergoeding verschuldigd voor de Spots die in de eerste 3 uitzenddagen van de betreffende Campagne zijn geboekt in

rekening worden gebracht, vermeerderd met BTW. Op dit bedrag is Bureaucommissie van toepassing. Over het op grond van dit Artikel 15.1b) verschuldigde bedrag zijn de 4% annuleringskosten zoals genoemd in Artikel 15.1a) niet verschuldigd.

- 15.2 Verschuivingen tussen verschillende Campagnes zijn alleen toegestaan ten aanzien van eenzelfde Adverteerder. Mocht na afloop van een Campagne blijken dat binnen de betreffende Campagnes meer dan 25% is afgeboekt, dan worden de in Artikel 15.1a) genoemde annuleringskosten alsnog in rekening gebracht.
- 15.3 Het verschuiven van reeds aangevraagde Advertentieruimte naar een volgende maand wordt als annulering beschouwd en valt derhalve onder de annuleringsregeling zoals opgenomen in dit Artikel 15.

III. MEDIACONTRACTEN BRAND PARTNERSHIPS

ARTIKEL 16. ALGEMEEN

- 16.1 Mediacontracten Brand Partnerships bestaan uit een Media Investering en eventueel een Productie Investering.
- 16.2 Indien van toepassing maakt de Media Investering zoals opgenomen in het Mediacontract Brand Partnerships onderdeel uit van en wordt deze verrekend met de Media Investering Brand Partnerships, zoals opgenomen in het gesloten of nog te sluiten Jaarcontract.
- 16.3 De Productie Investering maakt geen onderdeel uit van de Media Investering en dient separaat te worden betaald.

ARTIKEL 17. CONTENT

- 17.1 De Adverteerder dient het voor de productie van de Content benodigde materiaal aan te leveren, conform de aanwijzingen en deadlines van BrandDeli. Het bepaalde in Artikel 5 is van toepassing op het door de Adverteerder aangeleverde materiaal.
- 17.2 BrandDeli is gerechtigd om bij de productie van de Content derden in te schakelen. BrandDeli blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de nakoming van haar verplichtingen uit het Mediacontract Brand Partnerships.
- 17.3 Indien en voor zover de projectplanning daar ruimte voor laat, is de productie van de Content inclusief 1 correctieronde en een controle op de uitgevoerde correcties. Voor eventuele door de Adverteerder gewenste extra correctierondes wordt vooraf een additionele offerte opgemaakt die aan de Adverteerder ter goedkeuring wordt voorgelegd.
- 17.4 Alle in het kader van een Mediacontract Brand Partnerships tot stand gebrachte voortbrengselen blijven eigendom van BrandDeli en/of haar licentiegevers, ongeacht of deze aan de Adverteerder zijn verstrekt.
- 17.5 BrandDeli zal de Content en al het materiaal dat daar onderdeel van uitmaakt (inclusief restmateriaal) gedurende een periode van 2 jaar na oplevering van de Content bewaren, onder andere ten behoeve van eventuele re-edits.
- 17.6 Indien BrandDeli in het kader van het Mediacontract Brand Partnerships een winactie ontwikkelt die kwalificeert als een promotioneel kansspel, geldt de Adverteerder als aanbieder daarvan en voert BrandDeli deze namens de Adverteerder uit in overeenstemming met de toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder de Wet op de Kansspelen en de Gedragscode Promotionele Kansspelen. De Adverteerder is verantwoordelijk voor de afdracht van de eventueel verschuldigde kansspelbelasting in verband met de te winnen prijzen.

- 17.7 Ten aanzien van de door BrandDeli in het kader van een winactie te verwerken persoonsgegevens kwalificeert BrandDeli als verantwoordelijke in de zin van de Wet bescherming persoonsgegevens. Deze gegevens worden niet aan de Adverteerder verstrekt, met uitzondering van de gegevens van de deelnemers die middels een opt-in toestemming hebben gegeven voor het ontvangen van elektronische berichten van de Adverteerder. De Adverteerder is verantwoordelijk voor de naleving van de toepasselijke wet- en regelgeving ten aanzien van het gebruik van deze gegevens door de Adverteerder en vrijwaart BrandDeli van aanspraken van de betreffende deelnemers ter zake.

ARTIKEL 18. RECHTEN

- 18.1 Tenzij schriftelijk anders overeengekomen, komen alle rechten van intellectuele eigendom (waaronder begrepen (maar niet beperkt tot) auteursrechten en merkrechten) met betrekking tot de Content toe aan BrandDeli en/of haar licentiegevers. Voor zover een dergelijk recht slechts kan worden verkregen door depot of registratie, is uitsluitend BrandDeli daartoe bevoegd en zal de Adverteerder, voor zover nodig, op eerste verzoek van BrandDeli daaraan zijn medewerking verlenen.
- 18.2 Onder de voorwaarde dat de Adverteerder tijdig en volledig aan zijn verplichtingen uit het Mediacontract Brand Partnerships voldoet, verkrijgt de Adverteerder gedurende de Campagneperiode het exclusieve, beperkte, overdraagbare recht om de Content openbaar te (laten) maken op de volgende platformen:
- (i) Alle BrandDeli Zenders en Websites;
 - (ii) Owned media (waaronder de eigen website(s), nieuwsbrieven en social media kanalen) van de Adverteerder; en
 - (iii) Indien van toepassing: de overige platformen zoals opgenomen in de Campagnebevestiging.
- 18.3 Voor openbaarmaking van de Content via andere kanalen dan in Artikel 18.2 genoemd en/of na de Campagneperiode, dan wel ander gebruik van de Content dan zoals op grond van het Mediacontract Brand Partnerships toegestaan, dient de Adverteerder de voorafgaande schriftelijke toestemming van BrandDeli te verkrijgen. BrandDeli is gerechtigd aan deze toestemming voorwaarden te verbinden, zoals de betaling van een (aanvullende) vergoeding door de Adverteerder. BrandDeli is niet verplicht voornoemde toestemming te verlenen. BrandDeli zal, indien van toepassing, met betrokken derde partij(en) dienen te overleggen en voor toestemming mede afhankelijk zijn van deze derde partij(en).
- 18.4 Het exclusieve recht zoals genoemd in Artikel 18.2 laat onverlet het aan BrandDeli en de Exploitanten toekomende recht om de Content openbaar te maken in het kader van de uitvoering van het Mediacontract Brand Partnerships en in het kader van casefilms, bedrijfsfilms, showreels, inzendingen ten behoeve van awards en andere vormen van B2B communicatie.

ARTIKEL 19. ANNULERINGSREGELING BRAND PARTNERSHIPS

- 19.1 Indien een Brand Partnerships Campagne door de Adverteerder binnen een termijn van 20 werkdagen voor eerste uitzend- c.q. publicatiedatum wordt geannuleerd, is de Adverteerder 100% van de met de betreffende Campagne gemoeide Media Investering aan BrandDeli verschuldigd, tenzij schriftelijk anders overeengekomen. Verschuivingen worden als annulering beschouwd en vallen derhalve onder de annuleringsregeling zoals opgenomen in dit Artikel 19.
- 19.2 De start van een Brand Partnerships Campagne kan wijzigen in verband met latere aanlevering van het materiaal, waardoor de verdeling van de mediadruk gewijzigd kan worden ingezet in de resterende Campagneperiode, na gezamenlijk overleg.

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

IV. ONLINE ADVERTISING

ARTIKEL 20. ALGEMEEN

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

ARTIKEL 21. COMPENSATIE VAN ONDERSCORES

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

ARTIKEL 22. ANNULERINGSREGELING ONLINE

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

ARTIKEL 23. TECHNISCHE MAATREGELEN

- 23.1 BrandDeli kan, onder meer voor (het meten van) bereik en/of Kijkdichtheid, technische maatregelen toepassen die (mede) betrekking hebben op de Advertentie, zoals een tag, pixel en/of cookie. De Adverteerder verleent volledige medewerking aan het toepassen van deze technische maatregelen.
- 23.2 De Adverteerder zal hierbij de instructies van BrandDeli opvolgen en zich houden aan de voorgeschreven specificaties en voorwaarden uit de Technical Requirements Online Commercials, zoals [hier](#) te vinden en aan de aanleverspecificaties van BrandDeli, zoals [hier](#) te vinden.

23.3 Indien de Adverteerder aan zijn Advertentie(s) een cookie, pixel of vergelijkbare technologie toe wenst te voegen, dient hij BrandDeli daarover tijdig vóór plaatsing van de Advertentie te informeren. De Adverteerder dient zich voorts aan de ter zake geldende wet- en regelgeving te houden, alsmede aan de eventueel door BrandDeli op dit gebied uitgevaardigde richtlijnen.

24KitchenBBC
FIRSTCOMEDY CENTRALDiscoveryEUROSPORT 1FOXFOX
SPORTSIDMTVMCNATIONAL
GEOGRAPHICnickelodeonSpikeTLCVICELAND