

ALGEMENE VERKOOPVOORWAARDEN MEDIAHUIS

Deze voorwaarden bestaan uit vier delen:

- I Algemeen
- II Aanvullende bepalingen ten aanzien van Advertenties in gedrukte Media
- III Aanvullende bepalingen ten aanzien van Advertenties in digitale Media
- IV Aanvullende bepalingen ten aanzien van Branded Content
- V Aanvullende bepalingen ten aanzien van Advertenties op radio

I ALGEMEEN

Artikel 1. Definities

In deze voorwaarden hebben de navolgende termen de volgende betekenis:

Adverteerder: de natuurlijke of rechtspersoon die, hetzij rechtstreeks, hetzij door bemiddeling van volmacht aan een derde (zoals een Mediabureau), Advertentieruimte afneemt van Mediahuis.

Advertentie: iedere (commerciële of promotionele) uiting ten behoeve van (een product of dienst van) de Adverteerder.

Advertentiecontract: een contract tussen de Opdrachtgever en Mediahuis waarbij de Opdrachtgever de verplichting aangaat met ingang van de overeengekomen datum en voor de overeengekomen duur door middel van het plaatsen van één of meerdere Advertentieorders het overeengekomen minimale volume aan Advertentieruimte af te nemen.

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

Advertentieorder: een opdracht tot plaatsing van (een) Advertentie(s), al dan niet vallend binnen een Advertentiecontract.

Advertentieruimte: de overeengekomen ruimte, uitgedrukt in voor het betreffende Medium gangbare eenheden, die op grond van de Overeenkomst voor Advertenties van de Opdrachtgever beschikbaar is.

Advertorial: een Advertentie die qua vorm en inhoud lijkt op een redactionele uiting, maar die afkomstig is van c.q. gesponsord is door een Adverteerder.

Branded Content: een Advertentie die in opdracht van Adverteerder door Mediahuis is geproduceerd.

Branded Content Contract: een contract tussen de Opdrachtgever en Mediahuis voor de productie van Branded Content.

Consument: de Opdrachtgever die een natuurlijk persoon is en niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf.

Cookie: iedere cookie, pixel of andere soortgelijke technologie waarmee via een elektronisch communicatienetwerk informatie wordt verzameld, informatie wordt opgeslagen in of toegang wordt verkregen tot informatie aanwezig in de randapparatuur van een gebruiker van het Medium.

Influencer: een derde persoon, zoals een blogger of vlogger, die Mediahuis inzet om een Advertorial te publiceren op het platform van de Influencer.

Mediabureau: de natuurlijke of rechtspersoon die beroepshalve of bedrijfsmatig voor Adverteerders, hetzij op naam van de Adverteerder, hetzij op eigen naam, een Overeenkomst aangaat met Mediahuis. Een reclamebureau kan tevens een Mediabureau in de zin van deze Voorwaarden zijn.

Mediahuis: de Nederlands groepsmaatschappijen van Mediahuis NV, waaronder Mediahuis Nederland B.V en Mediahuis Radio B.V., voor zover deze Advertentieruimte verkopen onder toepasselijkheid van deze Voorwaarden

Medium: het communicatiemedium dat door Mediahuis wordt gebruikt voor overbrenging van de Advertentie aan het publiek.

Opdrachtgever: degene waarmee Mediahuis een Overeenkomst aangaat.

Overeenkomst: een overeenkomst tot levering van een of meer Prestaties, waaronder expliciet een Advertentieorder, een Advertentiecontract of een Branded Content Contract.

Pluspropositie: een bijvoegsel bij een Advertentie of bij een Medium, zoals een insert.

Politieke Advertentie: een Advertentie waarop (EU) Verordening 2024/900 betreffende transparantie en gerichte politieke reclame van toepassing is.

Prestatie: iedere door Mediahuis op grond van de Overeenkomst na te komen verplichting, waaronder de levering van Advertentieruimte, het verrichten van diensten, het leveren van zaken en het doen van betalingen.

Sluitingstijd: het tijdstip en de datum zoals door Mediahuis bepaald, waarop het Advertentiemateriaal uiterlijk bij Mediahuis moet zijn aangeleverd.

Voorwaarden: de onderhavige algemene verkoopvoorwaarden.

Artikel 2. Toepasselijkheid

1. Deel I van deze Voorwaarden is van toepassing op, en maakt integraal onderdeel uit, van alle Overeenkomsten die door of ten behoeve van Mediahuis worden gesloten, tenzij deze Voorwaarden expliciet niet van toepassing worden verklaard dan wel andere voorwaarden van toepassing worden verklaard. Deze voorwaarden zijn uitdrukkelijk niet van toepassing op verkopen via de webshops van Mediahuis en op de verkoop van abonnementen op de Media.
2. Ten aanzien van de levering van Advertentieruimte, is al naar gelang de aard van het Medium in aanvulling op deel I tevens deel II en/of III van deze Voorwaarden van toepassing op de Overeenkomst. In geval van tegenstrijdigheden tussen één of meer van de toepasselijke onderdelen prevaleert het deel met het hoogste cijfer.
3. Enige (algemene) voorwaarden van de Opdrachtgever worden nadrukkelijk van de hand gewezen en zijn niet van toepassing.
4. In geval van tegenstrijdigheid tussen deze Voorwaarden en de Overeenkomst prevaleert het bepaalde in de Overeenkomst.
5. In geval van tegenstrijdigheid, inconsistentie of afwijking tussen de Nederlandse en de Engelse tekst van de Voorwaarden, prevaleert de Nederlandse tekst.

Artikel 3. Overeenkomsten algemeen

1. Iedere aanbod van Mediahuis is vrijblijvend. Mediahuis behoudt zich het recht voor het aanbod onverwijld na aanvaarding te herroepen.
2. De Overeenkomst komt eerst tot stand na schriftelijke bevestiging door Mediahuis aan de Opdrachtgever, dan wel – in geval van een Advertentieorder – door plaatsing van de Advertentie van de Opdrachtgever.
3. De Opdrachtgever is aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit de Overeenkomst. Indien sprake is van meer dan één Opdrachtgever bij de Overeenkomst, dan zijn zij jegens Mediahuis allen hoofdelijk verbonden tot nakoming van de verplichtingen uit de Overeenkomst.
4. De Opdrachtgever die op eigen naam maar ten behoeve van een Adverteerder een Overeenkomst aangaat staat garant voor nakoming van de Overeenkomst door de Adverteerder.
5. Indien een Mediabureau een Overeenkomst afsluit in naam en voor rekening van een Adverteerder, dan dient het Mediabureau op verzoek van Mediahuis aan te tonen dat hij bevoegd is om te handelen in naam en voor rekening van deze Adverteerder. Indien dit niet naar tevredenheid van Mediahuis kan worden aangetoond wordt het Mediabureau geacht op eigen naam en voor eigen rekening als Opdrachtgever te hebben gehandeld.
6. Overeenkomsten die worden afgerekend op basis van de kosten per duizend impressies (“CPM”) en waarbij het overeengekomen aantal impressies niet binnen de overeengekomen termijn wordt behaald, worden – uitsluitend indien en voor zover het niet behalen van het overeengekomen aantal impressies het gevolg is van een vermindering in bereik van het betreffende Medium – in overleg met de Opdrachtgever:
 - a) gestaakt, in welk geval alleen de behaalde aantal impressies wordt afgerekend en de betreffende Advertentie wordt verwijderd;
 - b) verlengd tot het moment waarop het aantal overeengekomen impressies is behaald, waarbij kan worden besloten de Advertentie te plaatsen op een of meer andere Media.
7. Advertentieruimte kan slechts worden ingezet (mede) ten behoeve van bedrijfsonderdelen van een Adverteerder waarvan deze Adverteerder op het moment van totstandkoming van de Overeenkomst direct of indirect tenminste 50% van de aandelen houdt en/of tenminste de helft van de zeggenschap uitoefent.
8. Alle verplichtingen van Mediahuis uit hoofde van de Overeenkomst gelden als inspanningsverplichtingen en alle door Mediahuis gegeven termijnen voor het verrichten van een Prestatie zijn indicatief, tenzij schriftelijk anders is overeengekomen. Het verstrijken van een termijn waarop Mediahuis een Prestatie zou verrichten, zonder dat de Prestatie is verricht, leidt niet tot verzuim aan de zijde van Mediahuis.

Artikel 4. Duur en beëindiging

1. De Overeenkomst wordt aangegaan voor onbepaalde tijd, tenzij schriftelijk anders overeengekomen of an-

derszins uit de Overeenkomst of deze Voorwaarden blijkt.

2. De Overeenkomst die voor bepaalde tijd is aangegaan eindigt van rechtswege, tenzij schriftelijk anders is overeengekomen. De Overeenkomst die voor onbepaalde tijd is aangegaan kan worden opgezegd met inachtneming van een opzegtermijn van één (1) maand, tenzij schriftelijk anders is overeengekomen. De opzegging kan op eenzelfde wijze geschieden als de manier waarop de Overeenkomst is afgesloten.
3. Mediahuis is gerechtigd om de Overeenkomst met onmiddellijke ingang bij aangetekend schrijven te beëindigen, onverminderd de verplichting van de Opdrachtgever tot voldoening van de gehele met de Overeenkomst gemoeide vergoeding, indien aan de Opdrachtgever (voorlopige) surseance van betaling wordt verleend, het faillissement van de Opdrachtgever is aangevraagd of deze in staat van faillissement wordt verklaard, de onderneming van de Opdrachtgever wordt geliquideerd, de Opdrachtgever zijn onderneming staakt, op een aanmerkelijk deel van het vermogen van de Opdrachtgever beslag wordt gelegd, dan wel indien de Opdrachtgever anderszins niet langer in staat kan worden geacht om de verplichtingen uit de Overeenkomst na te kunnen komen. Indien sprake is van een Overeenkomst die door Opdrachtgever is afgesloten ten behoeve van een derde en deze derde gedurende de looptijd van de Overeenkomst in staat van faillissement wordt verklaard, heeft de Opdrachtgever het recht om, in plaats van betaling van het nog verschuldigde bedrag, te volstaan met betaling van het verschil tussen de ontvangen korting en de korting die op basis van het reeds bestede bedrag volgens de geldende tariefkaart van toepassing zou zijn.

Artikel 5. Advertentiecontracten

1. Onverminderd het in Artikel 3 lid 7 bepaalde, is een Advertentiecontract alleen van toepassing op Advertentieorders ten behoeve van de Adverteerder zelf dan wel, indien de Opdrachtgever een Mediabureau is, ten behoeve van de Adverteerder waarvoor het Advertentiecontract is aangegaan.
2. Een Advertentiecontract wordt aangegaan voor de duur van één jaar en gaat in op de datum zoals genoemd in het Advertentiecontract, tenzij schriftelijk anders is overeengekomen tussen Mediahuis en de Opdrachtgever.
3. Behoudens de gevallen zoals genoemd in Artikel 3 lid 6, komt, indien de Opdrachtgever na afloop van de looptijd niet de gehele Advertentieruimte heeft gebruikt, de resterende Advertentieruimte te vervallen en kan hij geen aanspraak maken op restitutie in geld, in Advertentieruimte of op welke wijze dan ook. Tenzij anders overeengekomen is de Opdrachtgever in dat geval verplicht tot betaling van de niet afgenomen Advertentieruimte, dan wel tot bijbetaling van het tarief (inclusief bijbehorende kortingspercentage) dat van toepassing is op de wel afgenomen Advertentieruimte, een en ander ter keuze van Mediahuis.

- Op verzoek van de Opdrachtgever kan de Advertentieruimte gedurende de looptijd van het Advertentiecontract worden uitgebreid. Alsdan komen Mediahuis en de Opdrachtgever het op die uitbreiding van toepassing zijnde tarief overeen. Dit tarief heeft geen terugwerkende kracht ten aanzien van reeds uitgevoerde Advertentieorders maar geldt slechts ten aanzien van daarna te plaatsen Advertentie(order)s.
- Een Advertentiecontract eindigt automatisch nadat de volledige Advertentieruimte is benut dan wel de overeengekomen looptijd is verstreken. Tussentijdse opzegging is niet mogelijk.
- Een Advertentiecontract dient voorafgaand aan de eerste plaatsing c.q. Advertentieorder te worden aangegaan. Tenzij met toestemming van Mediahuis is het niet mogelijk losse Advertentieorders achteraf om te zetten in een Advertentiecontract.
- Indien de berekeningsgrondslag van een Advertentiecontract wijzigt (bijvoorbeeld minimaal af te nemen millimeters wordt minimaal te besteden bedrag of vice versa) is Mediahuis gerechtigd het Advertentiecontract tussentijds te beëindigen dan wel om te zetten naar de nieuwe berekeningsgrondslag.

Artikel 6. Advertenties

- De Opdrachtgever is verantwoordelijk en aansprakelijk voor de inhoud van de aangeboden Advertenties.
- 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. De Opdrachtgever vrijwaart Mediahuis zowel in als buiten rechte voor aanspraken van derden ter zake en alle daardoor of in verband daarmee door Mediahuis geleden of te lijden schade.
- Advertenties die daarvoor in aanmerking komen moeten zijn voorzien van een geldig KOAG/KAG-stempel.
- Mediahuis behoudt zich het recht voor de inhoud, vorm en het formaat van Advertenties naar eigen inzicht en naar redelijkheid te wijzigen zonder dat de Opdrachtgever recht heeft op schadevergoeding of restitutie van (een gedeelte van) de met die Advertentie gemoeide prijs.
- Mediahuis heeft het recht om een Advertentie(order) zonder opgave van redenen te weigeren, zonder ter zake op enigerlei wijze aansprakelijk te zijn jegens de Opdrachtgever.
- Mediahuis verleent de Opdrachtgever geen exclusiviteit, zoals ten aanzien van de in de Advertentie aangeboden producten of diensten, tenzij uitdrukkelijk schriftelijk anders overeengekomen. Mediahuis is vrij om naar eigen inzicht Advertenties van derden te accepteren en op een willekeurige plaats in hetzelfde Medium te plaatsen, tenzij uitdrukkelijk schriftelijk anders overeengekomen.
- Door de Opdrachtgever aangegeven voorkeuren voor een specifieke plaats binnen het Medium kunnen slechts worden gehonoreerd op basis van beschikbaarheid en onder de voorwaarde dat de Opdrachtge-

ver de voor de betreffende plaats gehanteerde toeslag voldoet.

- Opdrachtgever dient zelf zorg te dragen voor afdracht van eventuele licentiegelden aan rechthebbenden, dan wel hun vertegenwoordigers, zoals BUMA/STEMRA.

Artikel 7. Advertentiemateriaal

- Het Advertentiemateriaal dient voor de Sluitingstijd en conform de door Mediahuis bekendgemaakte (meest recente) specificaties te worden aangeleverd bij Mediahuis. De Opdrachtgever draagt het risico van juiste en tijdige aflevering van het Advertentiemateriaal, ongeacht de wijze van verzending.
- Mediahuis is gerechtigd om Advertentiemateriaal dat na de Sluitingstijd of niet conform de in dit artikel genoemde vereisten wordt aangeleverd niet te publiceren, dan wel de met publicatie daarvan gemoeide extra kosten aan de Opdrachtgever in rekening te brengen, onverminderd de verplichting van de Opdrachtgever tot betaling van een naar het oordeel van Mediahuis redelijk bedrag, tot maximaal het volledige met de betreffende Advertentie(order) gemoeide bedrag.
- Mediahuis zal het ontvangen Advertentiemateriaal met zorg behandelen, maar is niet aansprakelijk voor eventuele beschadiging, verlies of het op andere wijze onbruikbaar worden van het Advertentiemateriaal.
- De Opdrachtgever staat ervoor in dat digitaal aangeleverd Advertentiemateriaal veilig is en geen virussen, Trojaanse paarden, wormen of andere programma's bevat, die op enige wijze schade kunnen toebrengen aan de computersystemen, computerprogramma's of Media van Mediahuis. De Opdrachtgever staat er tevens voor in dat hij bij online aanlevering geen gebruik maakt van apparatuur en/of programmatuur die de normale werking van de Media van Mediahuis kan verstoren, noch gegevens verzendt die door hun omvang en/of eigenschappen de infrastructuur van de Media van Mediahuis onevenredig zwaar belasten.
- Mediahuis streeft er naar het aangeleverde Advertentiemateriaal zo goed mogelijk weer te geven in het Medium. Mediahuis kan echter geen exacte reproductie garanderen en de Opdrachtgever dient rekening te houden met druk- en kleurafwijkingen.
- Mediahuis staat niet in voor de kwaliteit van de weergave van een Advertentie in het Medium. De Opdrachtgever accepteert dat als gevolg van diverse oorzaken de weergave, reproductie of schaal van de Advertentie in de Media kan afwijken van het aangeleverde Advertentiemateriaal en/of eventuele drukproeven.
- Mediahuis heeft het recht het Advertentiemateriaal na voltooiing van de Overeenkomst te vernietigen of (indien sprake is van digitaal materiaal) te wissen.
- Alle (intellectuele) eigendomsrechten op het door of namens Mediahuis vervaardigd Advertentiemateriaal berusten uitsluitend bij Mediahuis.
- Correcties worden door Mediahuis geaccepteerd en uitgevoerd indien en voor zover dit naar de mening van Mediahuis redelijkerwijs mogelijk is.

Artikel 8. Bijzondere bepalingen ten aanzien van Advertorials

1. Bij een Advertorial wordt te allen tijde de vermelding “Advertentie”, “Advertorial”, “#spon”, “#ad” of woorden van gelijke strekking geplaatst.
2. Advertorials worden pas geplaatst indien Mediahuis akkoord is met de inhoud daarvan. De plaatsing van Advertorials mag te allen tijde en zonder opgave van redenen door Mediahuis worden geweigerd, zonder dat Mediahuis ter zake aansprakelijk kan worden gesteld door de Opdrachtgever.
3. De lay-out en typografie van de Advertorial dienen voldoende af te wijken van het (blad)stramen en kop- en/of broodletter van het Medium, een en ander ter beoordeling van Mediahuis.
4. De afzender c.q. sponsor van de Advertorial dient duidelijk te worden vermeld.
5. Het logo en het desbetreffende product van de Adverteerder in een packshot dienen goed zichtbaar te worden afgebeeld.
6. Door Mediahuis of een Influencer (mede) geproduceerde Advertorials blijven eigendom van Mediahuis c.q. de betreffende Influencer. Het is de Opdrachtgever en Adverteerder niet toegestaan het gebruikte Advertentiemateriaal zonder voorafgaande toestemming van Mediahuis te hergebruiken voor andere media (waaronder eigen media) en/of andere activiteiten.

Artikel 9. Bijzondere bepalingen ten aanzien van Politieke Advertenties

1. Opdrachtgever zal bij het plaatsen van een Advertentieorder tijdig, volledig en accuraat alle informatie verstrekken aan Mediahuis die nodig is om te voldoen de verplichtingen uit EU Verordening 2024/900. Dat behelst in ieder geval;
 - a) een verklaring dat de Advertentie moet worden geïdentificeerd als een Politieke Advertentie;
 - b) Indien van toepassing, een verklaring dat Opdrachtgever bevoegd is om de Politieke Advertentie te plaatsen in de EER drie maanden voorafgaand aan verkiezingen of referenda overeenkomstig artikel 5 (2) van de Verordening;
 - c) het verstrekken van de informatie opgenomen in artikel 9 (1), 11 (1) en 12 (1) van Verordening 2024/900.
2. De afzender c.q. sponsor van de Politieke Advertentie dient duidelijk en ondubbelzinnig te worden vermeld.
3. Opdrachtgever draagt zorg voor het duidelijk, opvallend en op ondubbelzinnige wijze toevoegen van het label aan de Politieke Advertentie, waarbij uitsluitend de door Mediahuis verstrekte labels mogen worden gebruikt tenzij expliciet anders overeengekomen.
4. Indien Opdrachtgever de in dit artikel opgenomen verplichtingen niet accepteert, is Mediahuis gerechtigd de Overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen zonder jegens de Opdrachtgever vergoeding van enigerlei kosten verschuldigd te zijn.

Artikel 10. Tarieven en betaling

1. Het in verband met een Overeenkomst verschuldigde bedrag wordt bepaald aan de hand van de geldende tariefkaart en eventuele kortingen..
2. Mediahuis heeft gedurende de looptijd van een Overeenkomst het recht de tarieven te wijzigen. Deze wijziging zal worden doorberekend aan de Opdrachtgever ten aanzien van nog te leveren Prestaties. Mediahuis zal dergelijke tariefswijzigingen schriftelijk aan de Opdrachtgever kenbaar maken. Indien een tariefwijziging binnen drie (3) maanden na het sluiten van de Overeenkomst plaatsvindt, is de Opdrachtgever die een Consument is bevoegd de Overeenkomst te ontbinden.
3. Alle tarieven zijn exclusief btw, tenzij anders vermeld.
4. Betaling van het in verband met een Overeenkomst verschuldigde bedrag dient te geschieden binnen 14 kalenderdagen na factuurdatum, tenzij op de factuur een afwijkende betaaltermijn is vermeld. De Opdrachtgever is niet bevoegd tot opschorting van zijn betalingsverplichting of verrekening daarvan met enige vordering die Opdrachtgever jegens Mediahuis mocht hebben, tenzij de Opdrachtgever een Consument is.
5. Facturering vindt elektronisch plaats. Indien Opdrachtgever facturen per post wenst te ontvangen komen alle daaraan verbonden kosten voor rekening van Opdrachtgever.
6. In geval van elektronische betaling vindt betaling plaats in een beveiligde bankomgeving van een derde partij. Mediahuis heeft hierop geen invloed en is dan ook niet verantwoordelijk of aansprakelijk voor het gebruik of het niet kunnen gebruiken van deze bankomgeving.
7. Facturering van een Overeenkomst geschiedt in de regel na levering van de Prestatie. Indien levering gedurende langere periode plaatsvindt, is Mediahuis gerechtigd tenminste eenmaal per maand te factureren. Mediahuis is gerechtigd vooruitbetaling te vorderen en/of in gedeelten te factureren. Alle daaraan verbonden kosten komen voor rekening van de Opdrachtgever.
8. De in dit artikel genoemde termijnen gelden als fatale termijnen. Indien niet binnen de betreffende termijn het volledige verschuldigde bedrag is voldaan, is de Opdrachtgever van rechtswege in verzuim en is hij vanaf de vervaldatum een rente verschuldigd van 1% per maand over het openstaande bedrag, waarbij een gedeelte van een maand wordt gerekend als de gehele maand. Bij niet tijdige betaling is Mediahuis tevens gerechtigd aan de Opdrachtgever administratiekosten in rekening te brengen. Voor zover de Opdrachtgever een Consument is wordt aanspraak gemaakt op vergoeding van de wettelijke rente en zijn er geen administratiekosten verschuldigd.
9. Ingeval de Opdrachtgever ten aanzien van een of meerdere termijnen in gebreke is, is Mediahuis gemachtigd al het uit hoofde van de Overeenkomst verschuldigde, dientengevolge eveneens alle toekomstige termijnen, ineens en in totaal op te eisen en in te vorderen.

10. Alle ((buiten)gerechtelijke) kosten die gemoeid zijn met de incasso van het verschuldigde bedrag komen voor rekening van de Opdrachtgever, waarbij de buitengerech- telijke kosten op tenminste 15% van de verschul- digde hoofdsom, vermeerderd met rente, worden ge- steld, met een minimum van € 40 voor rubrieksadver- tenties en € 150 voor overige advertenties en Presta- ties. Voor zover de Opdrachtgever een Consument is, worden de buitengerechtelijke kosten gesteld op een bedrag gelijk aan de wettelijke maximaal toegestane vergoeding ter zake de buitengerechtelijke incasso- kosten, zoals is bepaald in en wordt berekend conform het Besluit vergoeding voor buitengerechtelijke incas- sokosten.
11. Klachten over een factuur dienen uiterlijk binnen 3 weken na factuurdatum schriftelijk bij Mediahuis te zijn ingediend bij gebreke waarvan de vordering ver- valt. Indien de Opdrachtgever een gedeelte van de fac- tuur betwist, is hij gehouden het niet betwiste gedeelte tijdig aan Mediahuis te voldoen.
12. Indien het oorspronkelijk verschuldigde bedrag door Mediahuis wordt ontvangen na het tijdstip waarop Mediahuis ((buiten)gerechtelijke) incassokosten heeft gemaakt wordt het ontvangen bedrag eerst in minde- ring gebracht op deze incassokosten, vervolgens op de verschuldigde rente, vervolgens op de administratie- kosten en tot slot op het oorspronkelijke factuurbe- drag.
13. De Adverteerder blijft naast de Opdrachtgever te allen tijde hoofdelijk aansprakelijk voor betaling van het uit hoofde van de Overeenkomst aan Mediahuis verschul- digde bedrag.

Artikel 11. Transparantie

1. Mediahuis kan aan een Mediabureau vaste en/of vari- abele kortingen verlenen, daaronder begrepen bonus- kortingen waarvan de hoogte afhankelijk is van de net- to jaaromzet die is gerealiseerd met de Overeenkom- sten die met of door bemiddeling van het betreffende Mediabureau zijn gesloten.
2. Het Mediabureau dat als lasthebber of bemiddelaar voor een Adverteerder optreedt, is gehouden om de Adverteerder voorafgaand en op eigen initiatief te in- formeren over een eventueel eigen belang dat het Me- diabureau heeft, financieel of anderszins, bij de tot- standkoming van een Overeenkomst met Mediahuis. Het Mediabureau moet daarbij afdoende invulling ge- ven aan haar verplichting om transparant te zijn jegens de Adverteerder(s) waarvoor zij optreedt.

Artikel 12. Annulering en wijziging Advertentieorder

1. In geval van annulering en/of wijziging van een Adver- tentieorder door de Opdrachtgever is Opdrachtgever aan Mediahuis wijziging- en/of annuleringskosten verschuldigd conform onderstaande staffel. De wijzi- ging- en/of annuleringskosten zijn uitgedrukt in een percentage van het met de betreffende Advertentieor- der gemoeide bedrag.

Reguliere verschijningsdagen (zijnde niet speciale

dagen, zoals vermeld op tariefkaart)	
Annulering of wijziging 15 werkdagen of meer vóór Sluitingstijd of startdatum van de Adver- tentie:	0%
Annulering of wijziging tussen 14 en 6 werk- dagen voor Sluitingstijd of startdatum van de Advertentie:	30%
Annulering of wijziging tussen 5 en 0 werk- dag(en) voor Sluitingstijd of startdatum van de Advertentie:	50%
Annulering of niet aanleveren na Sluitingstijd reserveren of startdatum van de Advertentie:	100%

Speciale dagen (zoals vermeld op tariefkaart)	
Annulering of wijziging 25 werkdagen of meer vóór Sluitingstijd of startdatum van de Adver- tentie:	0%
Annulering of wijziging tussen 24 en 11 werk- dagen voor Sluitingstijd of startdatum van de Advertentie:	50%
Annulering of wijziging tussen 10 en 0 werk- dag(en) voor Sluitingstijd of startdatum van de Advertentie:	100%

2. Annulering en/of wijziging dient te allen tijde schrifte- lijk te geschieden.
3. De door Mediahuis gemaakte kosten in verband met de uitvoering van de Advertentieorder, zoals kosten in verband met specifieke eisen aan de Advertentie of in verband met (de productie van) een Advertorial of Pluspropositie, komen in geval van annulering en/of wijziging te allen tijde volledig voor rekening van de Opdrachtgever.
4. Een annulering en/of wijziging op grond van dit artikel bevrijdt de Opdrachtgever niet van zijn (overige) ver- plichtingen uit hoofde van het Advertentiecontract.

Artikel 13. Tekortkoming, aansprakelijkheid en over- macht

1. Indien de Opdrachtgever en/of Adverteerder tekort- schiet in de nakoming van zijn verplichtingen uit de Overeenkomst is Mediahuis gerechtigd om de uitvoe- ring van de Overeenkomst voor de duur van de tekort- koming op te schorten.
2. Indien de Opdrachtgever c.q. Adverteerder, na schrif- telijke ingebrekestelling door Mediahuis, binnen de door Mediahuis gestelde termijn niet alsnog aan zijn verplichtingen voldoet is Mediahuis gerechtigd om de Overeenkomst geheel of gedeeltelijk te ontbinden. In geval van overschrijding van een fatale termijn, zoals een betaaltermijn, is de Opdrachtgever automatisch in verzuim, zonder dat een ingebrekestelling noodzakelijk is.
3. Opschorting of ontbinding door Mediahuis ontslaat de Opdrachtgever niet van zijn verplichting tot betaling van de volledige vergoeding uit hoofde van de Over- eenkomst. Opschorting, ontbinding of andere beëindi- ging van de Overeenkomst laat voorts onverlet het recht van Mediahuis op vergoeding door de Opdracht-

gever van de door Mediahuis als gevolg daarvan of in verband daarmee geleden schade.

4. De Opdrachtgever is aansprakelijk voor alle kosten en schade, gemaakt respectievelijk geleden door Mediahuis als gevolg van of in verband met de niet-nakoming door de Opdrachtgever en/of Adverteerder van de verplichtingen uit de Overeenkomst. De door de Opdrachtgever te vergoeden kosten respectievelijk schade bestaat onder meer uit de door Mediahuis geleden en te lijden directe en indirecte schade, alsmede de door Mediahuis gemaakte kosten van juridische bijstand.
5. De Opdrachtgever vrijwaart Mediahuis zowel in als buiten rechte voor alle aanspraken van derden in verband met de niet- of niet-tijdige nakoming van de verplichtingen van Opdrachtgever en/of Adverteerder jegens Mediahuis, waaronder uitdrukkelijk begrepen aanspraken in verband met de (onrechtmatige) inhoud van een Advertentie.
6. Mediahuis kan slechts aansprakelijk worden gesteld voor schade geleden door de Opdrachtgever indien sprake is van opzet of grove schuld aan de zijde van Mediahuis.
7. Elke aansprakelijkheid van Mediahuis is per gebeurtenis te allen tijde beperkt tot de door de Opdrachtgever ter zake van de betreffende Prestatie verschuldigde vergoeding. Aansprakelijkheid van Mediahuis voor indirecte schade (inclusief, maar niet beperkt tot gevolgschade, vertragingsschade en winstderving) is uitdrukkelijk uitgesloten. Bij herhaalde publicatie of uitzending op radio van een Advertentie is Mediahuis slechts aansprakelijk voor onjuistheden die na de eerste, maar tijdig vóór de tweede plaatsing door de Opdrachtgever zijn doorgegeven.
8. Indien zich aan de zijde van Mediahuis onvoorziene omstandigheden voordoen of sprake is van overmacht, heeft Mediahuis het recht om zijn uitvoering van de Overeenkomst op te schorten zolang deze situatie voortduurt dan wel, naar keuze van Mediahuis, de Overeenkomst geheel of gedeeltelijk te ontbinden. Mediahuis is in een dergelijk geval niet gehouden tot vergoeding van enigerlei schade aan de Opdrachtgever. Van overmacht is in ieder geval sprake in geval van tekortschieten door toeleveranciers of andere relaties van Mediahuis, staking, (onvoorziene) overheidsmaatregelen, terroristische aanslagen of concrete dreiging daartoe, oorlog, brand, natuurrampen, het tijdelijk niet of niet toereikend beschikbaar zijn van hardware, software en/of internet- of andere telecommunicatieverbindingen die noodzakelijk zijn voor het leveren van de Prestatie alsmede iedere andere situatie waarop Mediahuis geen beslissende controle kan uitoefenen.
9. De aansprakelijkheidsbeperkingen zoals opgenomen in dit artikel laten toepasselijke consumentenrechtelijke beschermingsbepalingen onverlet.

Artikel 14. Redactionele onafhankelijkheid en content van derden

1. De redactie van het Medium waarin de Advertentie wordt geplaatst is volledig onafhankelijk in de beslis-

singen die zij neemt omtrent de inhoud van publicaties in het Medium. Mediahuis is uit hoofde van de Overeenkomst dan ook op geen enkele wijze aansprakelijk voor eventuele kosten of schade aan de zijde van de Opdrachtgever als gevolg van (de inhoud van) redactionele publicaties in de Media.

2. Evenmin is Mediahuis aansprakelijk voor eventuele schade aan de zijde van Opdrachtgever veroorzaakt door content die door derden in de Media wordt geplaatst of geüpload.
3. Opdrachtgever zal op geen enkele wijze invloed uitoefenen op deze journalistieke onafhankelijkheid, ook niet indien de berichtgeving de belangen van de Opdrachtgever of relaties van Opdrachtgever schaadt. Berichtgeving van de zijde van Mediahuis kan voor Opdrachtgever nimmer reden zijn voor een opzegging van de Overeenkomst.

Artikel 15. Klachten

1. Eventuele klachten over de uitvoering van een Overeenkomst, waaronder klachten ten aanzien van de wijze van reproductie, de plaatsing of de kleurkwaliteit dienen, op straffe van verval van de betreffende vordering, binnen 14 dagen na (de eerstelevering van de Prestatie schriftelijk bij Mediahuis te zijn ingediend. Klachten over de uitvoering van telefonisch of handgeschreven gegeven opdrachten worden niet geaccepteerd.
2. Indien een klacht is gemeld conform dit artikel en de tekortkoming in de uitvoering van de Overeenkomst te wijten is aan Mediahuis zal Mediahuis, zonder tot enige schadevergoeding jegens de Opdrachtgever gehouden te zijn, naar haar beste vermogen trachten om de Opdrachtgever een zo gelijkwaardig mogelijk alternatief aan te bieden.
3. Klachten over de uitvoering van een Overeenkomst ontslaan de Opdrachtgever niet van de nakoming van zijn verplichtingen, waaronder tijdige betaling van de overeengekomen vergoeding ter zake van de betreffende Prestatie.

Artikel 16. Afwijking en wijziging Voorwaarden

1. Eventuele afwijkingen of aanvullingen op de Overeenkomst en deze Voorwaarden zijn slechts geldig indien deze uitdrukkelijk, vooraf en schriftelijk door Mediahuis zijn bevestigd.
2. Mediahuis heeft het recht om de Voorwaarden eenzijdig te wijzigen. Tenzij anders aangegeven treden de gewijzigde Voorwaarden in werking op de datum waarop ze worden gepubliceerd op www.mediahuis.nl/verkoopvoorwaarden. Met ingang van bedoelde datum zijn de gewijzigde Voorwaarden tevens automatisch van toepassing op alle bestaande Overeenkomsten. Wanneer een wijziging van de Voorwaarden tot gevolg heeft dat Mediahuis een wezenlijk andere prestatie levert dan overeengekomen, heeft Opdrachtgever die een Consument is het recht de Overeenkomst binnen 4 weken na het van kracht worden van de betreffende wijziging te ontbinden.

Artikel 17. Divers

- 1 De Nederlandse groepsmaatschappijen van Mediahuis NV werken samen op het gebied van verkoop van Ad-vertenties in hun Media. In dat kader wordt informatie met betrekking tot (potentiële) Overeenkomsten, waaronder (persoons)gegevens van de (potentiële) Ad-verteerder en/of het Mediabureau gedeeld tussen deze groepsmaatschappijen.
- 2 Mediahuis kan bij de uitvoering van de Overeenkomst naar eigen inzicht derden inschakelen.
3. Mediahuis is gerechtigd (maar niet verplicht) om Ad-vertenties op te nemen in en/of door te plaatsen naar andere Media binnen het Mediahuis -concern. De Opdrachtgever kan aan een her- of doorplaatsing geen rechten ontlenen.
4. De Opdrachtgever geeft bij voorbaat toestemming aan een overdracht door Mediahuis van diens rechten en verplichtingen uit hoofde van de Overeenkomst aan een derde.
5. De onverbindendheid of ongeldigheid van een van de bepalingen van deze Voorwaarden tast de geldigheid van de overige bepalingen niet aan.
6. Indien één of meer bepalingen van deze Voorwaarden onverbindend of ongeldig zou blijken te zijn, dan wordt de betreffende bepaling vervangen door een rechtens toelaatbare bepaling die zo veel mogelijk aansluit bij de bedoeling van de vervallen bepaling.
7. Mediahuis is te allen tijde gerechtigd Overeenkomsten tussentijds geheel of gedeeltelijk te beëindigen indien zij besluit de exploitatie van één of meer (onderdelen van de) Media waarop de Overeenkomst betrekking heeft te staken.
8. In gevallen waarin deze Voorwaarden niet voorzien beslist Mediahuis.
9. Het is Opdrachtgever en Adverteerder niet toegestaan de (sub-)titels en/of logo's van de Media of Mediahuis te gebruiken, zonder voorafgaande toestemming van Mediahuis.

Artikel 18. Verwerking van persoonsgegevens

1. Mediahuis legt de gegevens van de Opdrachtgever vast voor de uitvoering van de Overeenkomst alsmede om de Opdrachtgever te kunnen informeren over de (overige) producten en diensten van Mediahuis. Vastlegging geschiedt conform de van toepassing zijnde privacyverklaring, te vinden op de website van het Medium.
2. Indien de Prestatie persoonsgegevens bevat, treedt Mediahuis ten aanzien van die gegevens op als (sub-)verwerker en Opdrachtgever c.q. Adverteerder als verwerkingsverantwoordelijke in de zin van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Mediahuis zal de betreffende gegevens uitsluitend verwerken ten behoeve van de uitvoering van de Overeenkomst.
3. Voor zover de verwerking van de onder lid 2 bedoelde persoonsgegevens valt onder de reikwijdte van de AVG, verbindt Mediahuis zich ten aanzien van deze gegevens:

- a) de persoonsgegevens uitsluitend te verwerken voor het in lid 2 omschreven doel en conform de eventuele voorafgaand aan het aangaan van de Overeenkomst door Opdrachtgever gegeven schriftelijke instructies;
 - b) behoudens voor zover openbaarmaking en/of doorgifte het doel is, de persoonsgegevens vertrouwelijk te behandelen en niet aan derden (anders dan sub-verwerkers) door te geven zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Opdrachtgever;
 - c) alle passende technische, fysieke en organisatorische maatregelen te nemen voor een veilige verwerking, bewaring of opslag;
 - d) desgevraagd Opdrachtgever bijstand te verlenen bij het vervullen van de plicht van de Opdrachtgever c.q. Adverteerder om verzoeken tot uitoefening van rechten van betrokkenen te beantwoorden, voor zover mogelijk;
 - e) de persoonsgegevens niet langer onder zich te houden dan redelijkerwijs noodzakelijk is en deze gegevens, inclusief uit de verstrekte gegevens afgeleide gegevens en informatie en gemaakte kopieën onmiddellijk na volledige nakoming van de Overeenkomst te vernietigen, met dien verstande dat Mediahuis te allen tijde gerechtigd is de persoonsgegevens op te slaan als onderdeel van haar (digitale) archief van het Medium waarin de Prestatie is geplaatst (indien van toepassing);
 - f) de persoonsgegevens niet te (laten) verwerken in landen buiten de Europese Unie, tenzij zulks wettelijke is toegestaan;
 - g) de Opdrachtgever onmiddellijk te informeren en binnen redelijke termijn een rapport te verstrekken indien Mediahuis weet of vermoedt dat sprake is van onbevoegd gebruik, veiligheidsincidenten of datalekken met betrekking tot de persoonsgegevens, en samen te werken met Opdrachtgever om deze gegevens terug te krijgen en zo nodig betrokkenen te informeren en verder onbevoegd gebruik, verspreiding of openbaarmaking te voorkomen;
 - h) Opdrachtgever onverwijld te informeren indien een bevoegde instantie een juridisch bindend verzoek om verstrekking van persoonsgegevens heeft gedaan, tenzij deze kennisgeving is verboden;
 - i) Opdrachtgever in de gelegenheid te stellen om de uitvoering en naleving van de hiervoor gemaakte afspraken over bewaring en gebruik van persoonsgegevens te controleren.
4. Mediahuis kan bij de uitvoering van de Overeenkomst gebruik maken van derden, die ten aanzien van de eventuele persoonsgegevens die de Prestatie bevat gelden als sub-verwerkers. Mediahuis zorgt ervoor dat deze sub-verwerkers gebonden zijn aan dezelfde of gelijkwaardige verplichtingen als die op Mediahuis rusten uit hoofde van lid 3 van dit artikel. Op verzoek zal Mediahuis Opdrachtgever informeren over deze sub-verwerkers. Opdrachtgever kan bezwaar maken

tegen de verstrekking van de persoonsgegevens in de Prestatie aan deze sub-verwerkers. In dat geval is Mediahuis gerechtigd de Overeenkomst te ontbinden.

Artikel 19. Toepasselijk recht en bevoegde rechter

1. Op de Overeenkomst en deze Voorwaarden is Nederlands recht van toepassing.
2. Eventuele geschillen die voortvloeien uit de Overeenkomst worden in de eerste instantie bij uitsluiting voorgelegd aan de bevoegde rechter te Amsterdam. Indien Opdrachtgever een Consument is, kan deze daarnaast gebruikmaken van het Europese platform voor online geschillenbeslechting (<http://ec.europa.eu/consumers/odr/>) en heeft deze het recht binnen een maand nadat Mediahuis schriftelijk een beroep op deze bepaling heeft gedaan voor de volgens de wet bevoegde rechter te kiezen.

II AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN ADVERTENTIES IN GEDRUKTE MEDIA

Artikel 20. Bijzondere bepalingen ten aanzien van Plusproposities

1. Het aantal Plusproposities per Medium is beperkt. Mediahuis bepaalt of en zo ja hoeveel Plusproposities per Medium worden gehonoreerd.
2. Ten aanzien van Plusproposities gelden de door Mediahuis nader gestelde en aan de Opdrachtgever kenbaar gemaakte formaten en overige bijzonderheden.
3. De prijs voor een Pluspropositie wordt mede bepaald door de door Mediahuis te maken (extra) productie-, druk-, en portokosten.
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 Mediahuis 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. Mediahuis kan niet garanderen dat de gehele oplage van het betreffende Medium voorzien is van het bijvoegsel. De Opdrachtgever dient naar alle redelijkheid rekening te houden met een zekere afwijking.
7. Mediahuis kan niet garanderen dat de opgegeven drukoplage juist is en is niet aansprakelijk voor eventuele tekorten of overschotten aan bijvoegsels.
8. De Opdrachtgever vrijwaart Mediahuis zowel in als buiten rechte voor alle aanspraken van derden in verband met de verspreiding en de inhoud van de Pluspropositie.

Artikel 21. Bewijsnummers

1. Mediahuis stelt op verzoek van de Opdrachtgever één bewijsnummer van het Medium ter beschikking in digitale dan wel in printvorm, een en ander ter keuze van Mediahuis. Het voorgaande geldt niet voor rubrieksadvertenties.

Indien een Advertentie in meerdere Media en/of edities van hetzelfde Medium is geplaatst, dan is Mediahuis gerechtigd voor extra bewijsnummers die op verzoek van de Opdrachtgever ter beschikking worden gesteld de daarmee gemoeide, door Mediahuis vast te stellen kosten in rekening te brengen aan de Opdrachtgever.

III AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN ADVERTENTIES IN DIGITALE MEDIA

Artikel 22. Algemeen, impressies

1. Dit deel van de Voorwaarden is slechts van toepassing op display advertenties, zoals buttons, banners, skyscrapers et cetera, alsmede op digitale Advertorials. Dit deel van de Voorwaarden is uitdrukkelijk niet van toepassing op rubrieksadvertenties en search engine advertising.
2. Indien voor het vaststellen van de door Opdrachtgever verschuldigde vergoeding gebruik wordt gemaakt van meetsystemen (bijvoorbeeld om het aantal clicks of leads te bepalen) zijn de systemen van Mediahuis bepalend.
3. Mediahuis spant zich ervoor in de Advertentie te publiceren gedurende de gehele overeengekomen publicatieperiode. Mediahuis garandeert echter niet dat de Advertentie ononderbroken, storingvrij en/of foutloos wordt gepubliceerd dan wel dat het Medium te allen tijde toegankelijk is. Mediahuis is op geen enkele wijze aansprakelijk voor enige schade die voortvloeit uit het (tijdelijk) niet beschikbaar zijn van het Medium.
4. Mediahuis is gerechtigd, zonder voorafgaande bekendmaking, het Medium (tijdelijk) buiten gebruik te stellen en/of het gebruik ervan te beperken indien zulks naar haar redelijke oordeel noodzakelijk is, bijvoorbeeld in het kader van het benodigde onderhoud van het Medium.

Artikel 23. Display advertenties

1. In het geval van display Advertenties stelt Mediahuis het gebruik van frequency caps (maximum aantal impressies) kosteloos aan de Opdrachtgever ter beschikking.
2. In het geval van display Advertenties heeft de Opdrachtgever het recht zonder extra kosten beeld en geluid aan zijn Advertenties toe te voegen. Mediahuis kan nadere regels stellen aan de vorm en inhoud van het (audio-)visuele materiaal, zoals grenzen aan de grootte en maximale duur. Mediahuis heeft het recht, desnoods zonder opgave van redenen, deze extra uitingen af te keuren.
3. Binnen display Advertenties is de Opdrachtgever zonder additionele kosten gerechtigd het Advertentiemateriaal wekelijks te wijzigen. Het Advertentiemateriaal dient te worden aangeleverd conform de door Mediahuis bekendgemaakte aanleverspecificaties.

Artikel 24. Fixed Position Advertising

1. Onder Fixed Position Advertising wordt verstaan het recht om te adverteren op een vaste positie op een in-

ternetpagina of internetsite uit het portfolio van Mediahuis.

2. Mocht de vaste positie van de Opdrachtgever door omstandigheden niet beschikbaar zijn, dan is Mediahuis gerechtigd plaatsing van de Advertentie op te schorten dan wel te annuleren, zonder dat de Opdrachtgever recht heeft op vergoeding van gemaakte kosten en/of geleden schade.

Artikel 25. Performance campagne

1. Onder performance campagne wordt verstaan een campagne waarbij de Advertentie middels het ad management systeem (AMS) van Mediahuis automatisch wordt geplaatst op diverse Media binnen het netwerk van Mediahuis en, indien overeengekomen, media van derden.
2. Mediahuis zal zich inspannen om gedurende de performance campagne een zo hoog mogelijke click-through rate (CTR) te behalen. Mediahuis geeft echter geen enkele garantie ten aanzien van CTR's of conversie.
3. Opdrachtgever krijgt op verzoek realtime inzage in de performance campagne via het AMS.

Artikel 26. Elektronisch budget

1. Onder elektronisch budget wordt verstaan het overeengekomen budget, waarmee Opdrachtgever de verschuldigde vergoeding voor één of meer Advertenties kan betalen wanneer hij online een Advertentie(order) plaatst.
2. Aan het saldo van het elektronisch budget kan door Mediahuis een maximum worden gesteld.
3. Opdrachtgever is zelf verantwoordelijk voor het geheim houden van zijn accountgegevens (gebruikersnaam en wachtwoord combinatie) voor beheer van zijn elektronisch budget. Opdrachtgever is dan ook aansprakelijk voor al het gebruik dat via zijn account van het elektronisch budget wordt gemaakt.
4. Mediahuis voert geen (voorafgaande) controle uit over de online geplaatste Advertentie(order)s. Eventuele fouten in de door Opdrachtgever geplaatste Advertentie(order)s komen derhalve volledig voor rekening en risico van Opdrachtgever.

Artikel 27. Additionele kosten

1. Eventuele met digitale Advertenties gemoeide additionele kosten, waaronder productiekosten en externe hostingkosten in het kader van display advertising, komen voor rekening van de Opdrachtgever.
2. Indien de Opdrachtgever de in lid 1 bedoelde kosten niet accepteert, is Mediahuis gerechtigd de Overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen zonder jegens de Opdrachtgever vergoeding van enigerlei kosten verschuldigd te zijn.

Artikel 28. Cookies, pixels e.d.

1. Indien bij het plaatsen of leveren van Advertenties Cookies worden gebruikt door of namens Opdrachtgever en/of Adverteerder ligt de verantwoordelijkheid hiervoor, alsmede voor het voldoen aan de geldende

wet- en regelgeving ter zake (in het bijzonder artikel 11.7a Telecommunicatiewet (Tw) en de AVG) volledig bij Opdrachtgever. Voor zover er met het gebruik van de Cookies door of namens Opdrachtgever en/of Adverteerder persoonsgegevens worden verwerkt bepaalt uitsluitend Opdrachtgever c.q. de Adverteerder de doel en middelen van deze verwerking (binnen de gestelde grenzen van Overeenkomst) en verwerkt Mediahuis deze gegevens op geen enkele wijze. Opdrachtgever c.q. de Adverteerder is derhalve verwerkingsverantwoordelijke en Mediahuis is noch (gezamenlijke) verwerkingsverantwoordelijke, noch verwerker in de zin van de AVG.

2. Het is Opdrachtgever en Adverteerder uitsluitend toegestaan om via Cookies informatie te (laten) verzamelen over (i) hoe vaak, hoe lang en welk deel van de Advertentie is bekeken en (ii) hoe vaak er op de Advertentie is geklikt en (iii) gebruikte schermresolutie, gebruikte browser, gebruikt besturingssysteem, versie en taal, geografische locatie en IP-adres, met dien verstande dat deze informatie uitsluitend mag worden gebruikt voor zover dit noodzakelijk is voor het biedingsproces (bij programmatic advertising), voor de (meting van de) performance van de advertentie of voor retargeting op basis van bestaande (buiten Mediahuis opgebouwde) profielen.
3. Behoudens het voorgaande, is het Opdrachtgevers en Adverteerders zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Mediahuis niet toegestaan om via Cookies informatie te (laten) verzamelen, informatie op te (laten) slaan in of toegang te (laten) verkrijgen tot informatie in de randapparatuur van gebruikers van de Media, waaronder uitdrukkelijk begrepen het (laten) verzamelen van informatie over het gedrag van gebruikers van de Media (profiling). Bovendien is het uitdrukkelijk niet toegestaan om fingerprinting technieken te (laten) gebruiken om informatie te verzamelen, informatie op te slaan in of toegang te verkrijgen tot informatie in de randapparatuur van gebruikers van de Media.
4. Met inachtneming van het bepaalde in lid 5, spant Mediahuis zich in om:
 - a) Aan de gebruikers van haar digitale Media duidelijke en volledige informatie te (doen) verstrekken overeenkomstig de AVG en omtrent de doeleinden waarvoor de Cookies worden gebruikt, voor zover dit wettelijk vereist is; en
 - b) Toestemming van de gebruikers van haar digitale Media te verkrijgen om de desbetreffende Cookies te kunnen (laten) plaatsen of uitlezen door of namens Opdrachtgever en/of Adverteerder, voor zover dit wettelijk vereist is. Mediahuis zal deze toestemming zoveel als commercieel mogelijk (laten) vastleggen en zal deze op verzoek aan Opdrachtgever c.q. Adverteerder verstrekken.
5. Mediahuis hanteert ter invulling van de in lid 4 genoemde informatie- en toestemmingsvereisten de cookieverklaringen welke beschikbaar zijn op de Media. Voor zover de in lid 4 genoemde informatie- en toestemmingsvereisten van toepassing zijn, dient Op-

- drachtgever Mediahuis te voorzien van alle relevante informatie die nodig is om aan deze vereisten te voldoen, waarna Mediahuis zich ertoe inspant deze informatie toe te voegen aan de relevante cookieverklaring(en). Het is Opdrachtgever en Adverteerder niet toegestaan Cookies te (laten) gebruiken op de Media voordat Mediahuis bevestigd heeft dat zij de informatie aan de relevante cookieverklaring(en) heeft toegevoegd.
- Mediahuis accepteert geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade geleden door derden welke is ontstaan als het gevolg van en/of op enigerlei wijze verband houdt met het niet voldoen van het gebruik van Cookies door Opdrachtgever en/of Adverteerder, aan de toepasselijke wet- en regelgeving, waaronder begrepen maar niet beperkt tot artikel 11.7a Tw en de AVG. Opdrachtgever is in dit kader aansprakelijk voor de aan Mediahuis door toezichthoudende instanties opgelegde boetes.
 - Opdrachtgever vrijwaart Mediahuis voor elke aansprakelijkheid jegens derden welke op enige wijze verband houden met en/of voortvloeit uit het niet voldoen aan wet- en regelgeving op het gebied van Cookies bij het plaatsen of leveren van Advertenties, daaronder begrepen maar niet beperkt tot artikel 11.7a Tw en de AVG.
 - Mediahuis is te allen tijde gerechtigd de naleving van het bepaalde in dit artikel door Opdrachtgevers en Adverteerders te (laten) controleren. Opdrachtgever zal Mediahuis of de door Mediahuis aangewezen derde in dat kader op verzoek inzage verschaffen in de relevante gegevens om de controle uit te voeren en alle benodigde medewerking daaraan verlenen en staat er tevens voor in dat de betrokken Adverteerder hetzelfde doet. De kosten voor de controle komen voor rekening van Mediahuis, tenzij uit de controle blijkt dat Opdrachtgever c.q. de betrokken Adverteerder het bepaalde in dit artikel niet naleeft, in welk geval de kosten voor rekening van Opdrachtgever komen.
 - Indien Opdrachtgever en/of de betrokken Adverteerder toerekenbaar tekortschiet in de nakoming van zijn verplichtingen uit hoofde van dit artikel jegens Mediahuis verbeurt Opdrachtgever aan Mediahuis een direct opeisbare boete van € 50.000 per overtreding en is Mediahuis gerechtigd de Overeenkomst(en) met Opdrachtgever per direct te ontbinden, onverminderd alle overige rechten of vorderingen die Mediahuis toekomen op grond van de geldende wet- en regelgeving, waaronder – indien hoger dan de boete – het vorderen van volledige schadevergoeding. Mediahuis kan in een dergelijk geval tevens melding doen bij de Autoriteit Persoonsgegevens.

Artikel 29. Gebruik segmentdata Mediahuis

- Onder segmentdata wordt verstaan de groepsprofielen die Mediahuis opbouwt van haar bezoekers op basis van kenmerken en gedrag om het mogelijk te maken om gericht te adverteren (bijvoorbeeld sportgeïnteresseerden in de leeftijd van 20 tot 30 jaar).

- Het is Opdrachtgever en Adverteerder uitsluitend toegestaan om de data die zij in het kader van een Overeenkomst ter beschikking krijgen over segmenten van Mediahuis, te gebruiken ten behoeve van de plaatsing van Advertenties onder de betreffende Overeenkomst. Ieder ander gebruik is uitdrukkelijk niet toegestaan, waaronder expliciet het toevoegen van deze segmentdata aan (profiel)data van zichzelf of derden.
- Voor zover de segmentdata persoonsgegevens bevat, zijn Opdrachtgever en Adverteerder ten aanzien van hun verwerking van deze persoonsgegevens zelfstandig verwerkings-verantwoordelijke in de zin van de AVG en derhalve elk zelfstandig verantwoordelijk voor het voldoen aan de geldende wet- en regelgeving terzake. Indien en voor zover wettelijk vereist zal Mediahuis zorgdragen voor het verkrijgen van toestemming van betrokkenen voor het gebruik van de segmentdata overeenkomstig dit artikel. Opdrachtgever en Adverteerder stellen Mediahuis onverwijld op de hoogte indien zij een melding doen aan de Autoriteit Persoonsgegevens en/of aan de betrokkenen op grond van artikel 33 en 34 AVG.
- Indien Opdrachtgever en/of Adverteerder bij de plaatsing van de Advertentie(s) gebruik maakt van derde partijen, staat Opdrachtgever ervoor in dat deze derde partijen de segmentdata uitsluitend gebruiken ten behoeve van Opdrachtgever en/of Adverteerder en overeenkomstig dit artikel.

Artikel 30. Advertenties via social media

Advertenties die via social media worden verspreid dienen te voldoen aan de Code Social Media Marketing.

Artikel 31. Advertorials via Influencers

- De selectie van de Influencer(s) vindt plaats door Mediahuis, in overleg met Opdrachtgever.
- Het in verband met de inzet van een Influencer verschuldigde bedrag is direct na het aangaan van de Overeenkomst bij vooruitbetaling verschuldigd.
- De Advertorial wordt opgesteld door de Influencer, die daarbij binnen de overeengekomen kaders volledige vrijheid heeft. Mediahuis stuurt de Advertorial vooraf ter goedkeuring aan Opdrachtgever. Opdrachtgever dient de Advertorial te controleren en kan de Advertorial uitsluitend afkeuren op basis van feitelijke onjuistheden, dan wel strijdigheden met de voorwaarden waaraan de Advertorial uit hoofde van deze Voorwaarden dient te voldoen.
- Wanneer Opdrachtgever de Advertorial van de Influencer repost, dient Opdrachtgever de Influencer altijd te taggen.
- Alle communicatie tussen Opdrachtgever en de Influencer verloopt uitsluitend via Mediahuis.

IV AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN BRANDED CONTENT

Artikel 32. Branded Content

1. Opdrachtgever draagt er zorg voor dat alle voor de productie van Branded Content relevante gegevens waaronder, maar niet beperkt tot, informatie en documentatie waarvan Mediahuis aangeeft, of Opdrachtgever redelijkerwijs hoort te begrijpen, dat deze noodzakelijk zijn, tijdig aan Mediahuis worden verstrekt.
2. Het voor de Branded Content overeengekomen bedrag is inclusief één feedbackronde, tenzij expliciet anders overeengekomen. Indien Opdrachtgever meer feedbackrondes wenst, zal dit gelden als meerwerk en op basis van nacalculatie tegen de op dat moment geldende tarieven aan Opdrachtgever worden gefactureerd.
3. Tenzij anders overeengekomen wordt in geval van videoproducties bij de berekening van één productiedag uitgegaan van 10 opname uren op één locatie in Nederland.
4. Door Mediahuis opgegeven termijnen voor de productie van Branded Content zijn slechts indicatief. Hier kunnen geen rechten aan ontleend worden, tenzij expliciet anders overeengekomen.
5. Tenzij anders overeengekomen dient Opdrachtgever 100% van de totale productiecosten voor de Branded Content aan te betalen zodra de productie van start gaat.
6. Mediahuis heeft te allen tijde het recht volledige betaling van out of pocket kosten, in het bijzonder commercialproductie- en mediakosten, van Opdrachtgever te verlangen, voordat Mediahuis tot betaling van deze (namens Opdrachtgever) verplicht is. Tevens heeft Mediahuis het recht betalingszekerheid te verlangen van Opdrachtgever.

Artikel 33. Intellectuele eigendomsrechten

1. Alle intellectuele eigendomsrechten op de Branded Content komen toe aan Mediahuis en haar licentiegevers, tenzij expliciet anders overeengekomen. Voor zover een dergelijk recht uitsluitend verkregen kan worden door een depot of registratie, is uitsluitend Mediahuis daartoe bevoegd en zal Opdrachtgever voor zover nodig zijn medewerking daaraan verlenen.
2. Mediahuis is te allen tijde gerechtigd haar naam op de Branded Content te laten vermelden of verwijderen. Het is Opdrachtgever niet toegestaan zonder voorafgaande toestemming de Branded Content zonder vermelding van de naam van Mediahuis openbaar te maken of te verveelvoudigen.
3. De kosten voor verwerving van licenties van derden voor gebruik van de Branded Content zijn voor rekening van Opdrachtgever. Te denken is hier aan onder andere: fonts, software, huisstijlelementen, foto's, video's, stockbeelden en composities.

Artikel 34. Gebruik en licentie

1. Op voorwaarde dat Opdrachtgever volledig voldoet aan zijn contractuele verplichtingen, verkrijgt Opdrachtgever een licentie tot het gebruik van de Branded Content, overeenkomstig de in het Branded Content Contract overeengekomen bestemming. Zijn

er over de bestemming geen afspraken gemaakt, dan blijft de licentieverlening beperkt tot dat gebruik waarvoor op het moment van het tot stand komen van het Branded Content Contract vaststaande en aan Mediahuis schriftelijk bekendgemaakte, voornemens bestonden, voor een periode van één jaar na oplevering van de Branded Content door Mediahuis. Tenzij expliciet overeengekomen, is gebruik buiten de eigen communicatiekanalen van Opdrachtnemer niet toegestaan.

2. Opdrachtgever is zonder de schriftelijke toestemming van Mediahuis niet gerechtigd wijzigingen aan te brengen in de Branded Content ruimer of deze op andere wijze te (laten) gebruiken dan is overeengekomen.
3. Voor zover voor het gebruik van de Branded Content door Opdrachtgever afdrachten verschuldigd zijn aan collectieve beheersorganisaties, zoals Buma/Stemra of Sena, is Opdrachtgever zelf verantwoordelijk voor het doen van deze afdrachten.
4. Het is Opdrachtgever niet (langer) toegestaan de Branded Content te gebruiken en elke in dat kader verleende licentie komt te vervallen:
 - a) vanaf het moment dat Opdrachtgever zijn (betalings)verplichtingen niet (volledig) nakomt of anderszins in gebreke is;
 - b) indien het Branded Content Contract, om welke reden dan ook, voortijdig wordt beëindigd, tenzij de gevolgen hiervan in strijd zijn met de redelijkheid en billijkheid;
 - c) na het verstrijken van de overeengekomen licentieperiode.

Artikel 35. Vrijwaring

1. Opdrachtgever vrijwaart Mediahuis en door Mediahuis ingeschakelde derde(n) voor alle aanspraken van derden:
 - a) voortvloeiend uit het gebruik van de Branded Content door Opdrachtgever, anders dan het overeengekomen gebruik; en
 - b) met betrekking tot (rechten van intellectuele eigendom op) door Opdrachtgever in het kader van de productie van Branded Content verstrekte materialen of gegevens.

V AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN ADVERTENTIES OP RADIO

Artikel 36. Advertenties op radio

- 1) Binnen de door Opdrachtgever gereserveerde reclamezendtijd kan Opdrachtgever in de reclameblokken die in de programma's van het radiostation worden uitgezonden, Advertenties op radio doen uitzenden, waarbij elke Advertentie een duur heeft van minimaal 5 seconden.
- 2) Advertenties op radio worden aanvaard met een lengte van een veelvoud van 5 seconden. Bij overschrijding van de gestelde lengte in seconden wordt de naast hogere lengte berekend.

- 3) Elke aangeboden reclamecommercial, al dan niet muziek bevattende, dient vergezeld te gaan van een volledig ingevuld "begeleidingsformulier voor een radio-commercial" ten behoeve van de vereniging BUMA en de stichting STEMRA. Bij afwezigheid van dit formulier wordt de opdrachtgever geacht volledige vrijwaring aan Mediahuis te hebben gegeven ter zake van eventuele aanspraken van BUMA/STEMRA en/of individuele auteurs en uitgeverijen.
- 4) Advertenties op radio alsmede begeleidingsformulieren van BUMA/STEMRA dienen uiterlijk twee (2) werkdagen voor de eerste uitzenddatum bij Mediahuis te worden aangeleverd en dienen te voldoen aan de technische voorschriften.
- 5) Indien is overeengekomen dat Advertenties op radio herhaald worden, kan Mediahuis en/of het radiostation eisen dat de bijbehorende muziek steeds opnieuw wordt bijgeleverd in verband met de verplichting neergelegd in art. 17b Auteurswet.
- 6) Indien het uitzendmateriaal niet volgens de genoemde normen wordt aangeleverd, behoudt Mediahuis zich het recht voor de geplande uitzending op te schorten of aan deze naar eigen goeddunken invulling te geven, onverminderd de verplichting van de wederpartij tot prompte betaling van de overeengekomen prijs en eventueel bijkomende kosten.
- 7) Het is de Opdrachtgever niet toegestaan om in de aan haar toekomende reclamezendtijd Advertentie Materiaal te doen uitzenden anders dan met betrekking tot de door haar aangevraagde producten en diensten zoals vermeld op het uitzendschema, behoudens voorafgaande en schriftelijke toestemming van Mediahuis.
- 8) Spotzendtijd vanuit een barterovereenkomst wordt ingezet bij beschikbaarheid, na het plannen van betaalde spotzendtijd. Bartercampagnes worden gepland in het tijdvlak maandag t/m zondag van 06.00-24.00 uur tegen bruto spotzendtijdtarief.
- 9) Advertenties op radio worden, tenzij anders overeengekomen, in een roterend schema uitgezonden gedurende de reclamezendtijd.
- 10) Mediahuis staat er niet voor in dat Advertenties op radio die gelijksoortige producten of diensten aanpakken niet in hetzelfde reclameblok worden uitgezonden of in dezelfde periode op een website worden vertoond.
- 11) Zendtijd welke door Opdrachtgever is geboekt c.q. is gereserveerd, doch niet binnen de geboekte c.q. gereserveerde termijn wordt gebruikt, dient door Opdrachtgever volledig te worden voldaan.
- 12) Ofschoon bij het uitzenden alle aandacht aan de opgegeven commercials wordt besteed, kunnen desondanks fouten plaatsvinden. Mediahuis is niet verantwoordelijk voor de gevolgen daarvan.
- 13) De uitvoering van correctieorders (aanvragen tot verplaatsing van de gereserveerde zendtijd) kan door Mediahuis niet worden gegarandeerd gelet op de gereserveerde zendtijd van derden. Gereserveerde zendtijd kan nooit naar een tijdstip buiten de contractstermijn worden verplaatst.