Algemene Advertentievoorwaarden NRC MEDIA B.V.

Deze voorwaarden bestaan uit drie delen:
I Algemeen
II Aanvullende bepalingen ten aanzien van advertenties in gedrukte uitgaven
III Aanvullende bepalingen ten aanzien van advertenties in digitale uitgaven

I ALGEMEEN

Artikel 1. Definities

In deze Voorwaarden hebben de genoemde begrippen de volgende betekenis.

Adverteerder: de natuurlijke of rechtspersoon die, hetzij rechtstreeks, hetzij door bemiddeling van of volmacht aan een mediabureau, een advertentieovereenkomst aangaat met de uitgever.
Advertentie: iedere commerciële of promotionele uiting die voor plaatsing in een of meerdere uitgave(n) wordt aangeboden.
Advertentiecontract: een contract waarbij de opdrachtgever door middel van het plaatsen van één of meerdere advertentieorders met ingang van de overeengekomen datum en voor de overeengekomen duur de verplichting aangaat een minimum bedrag te besteden en daartegenover recht heeft op de overeengekomen advertentieruimte tegen het overeengekomen tarief in de overeengekomen uitgave(n).
Advertentiemateriaal: het voor de vervaardiging en plaatsing van de advertentie benodigde materiaal.
Advertentieorder: een opdracht tot plaatsing van (een) advertentie(s), al dan niet vallend binnen een advertentiecontract.
Advertentieovereenkomst: een advertentieorder of een advertentiecontract, inclusief deze voorwaarden.
Advertentieruimte: de overeengekomen mediawaarde, uitgedrukt in voor de betreffende uitgave(n) gangbare eenheden, die voor advertenties van de opdrachtgever beschikbaar is.
Advertorial: een advertentie met een informatief karakter, waarbij de afzender duidelijk een adverteerder is.
Erkenninghouder: een opdrachtgever aan wie door de Stichting ROTA (tijdelijke) erkenning is verleend.
KOAG/KAG Stempel: alle op het publiek gericht reclame betreffende uitingen van geneesmiddelen en gezondheidsmiddelen vallen onder toezicht van de Keuringsraad KOAG/KAG en dienen dit stempel te hebben.
Mediabureau: de natuurlijke of rechtspersoon die beroepshalve of bedrijfsmatig voor haar opdrachtgevers, hetzij op naam van haar opdrachtgever, hetzij op eigen naam, advertentieovereenkomsten aangaat met de uitgever respectievelijk advertentieruimte inkoopt bij de uitgever.
Opdrachtgever: de adverteerder en/of het mediabureau waarmee de uitgever een advertentieovereenkomst aangaat respectievelijk aan wie de uitgever advertentieruimte verkoopt.
Pluspropositie: onder pluspropositie wordt onder andere additionele uitgaven (als een insteker) bij de Uitgave of andere bijzondere advertentievormen, niet vermeld op de reguliere tariefkaart, verstaan.
Regelen: de regelen voor het advertentiewezen zoals laatstelijk vastgesteld door de Stichting ROTA.
Sluitingstijd: het tijdstip en de datum zoals door de uitgever bepaald (informatie is beschikbaar op www.nrcmedia.nl), waarop het advertentiemateriaal uiterlijk bij de uitgever moet zijn aangeleverd.
NRC Media BV, zijnde de (uiteindelijke) moedermaatschappij van de uitgever.
Uitgave: de papieren of digitale publicatie waarin de Advertentie wordt geplaatst.
Uitgever: NRC Media BV
Voorwaarden: de onderhavige algemene advertentievoorwaarden.

Artikel 2. Toepasselijkheid

1. Op alle overeenkomsten met en opdrachten aan (bedrijfsonderdelen van) de Uitgever met betrekking tot advertenties zijn deze algemene advertentievoorwaarden van NRC Media BV, zie ook www.nrcmedia.nl en de regelen voor het advertentiewezen ("de Regelen"), zie www.stichtingrota.nl, van toepassing. De in de regelen gedefinieerde en gehanteerde begrippen gelden ook voor de overeenkomst(en) tussen opdrachtgever en uitgever. Daar waar de advertentievoorwaarden afwijken van de regelen, zullen de eerstgenoemde prevaleren. De advertentievoorwaarden zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel te Amsterdam (onder nummer 24280642) en de regelen voor het advertentiewezen zijn gedeponeerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam.
2. Deel I van deze voorwaarden is van toepassing op, en maakt integraal onderdeel uit, van alle advertentieovereenkomsten die door of ten behoeve van de uitgaven van een uitgever worden gesloten, tenzij deze Voorwaarden expliciet niet van toepassing worden verklaard dan wel andere voorwaarden van toepassing worden verklaard.
3. Al naar gelang de aard van de advertentie en/of de aard van de uitgave(n) zijn in aanvulling op deel I tevens deel II en/of deel III van deze voorwaarden van toepassing op de advertentieovereenkomst. In geval van tegenstrijdigheden tussen één of meer van de toepasselijke onderdelen prevaleert het deel met het hoogste cijfer.
4. In aanvulling op deze voorwaarden zijn op alle advertentieovereenkomsten tevens de regelen alsmede de Nederlandse Reclame Code van toepassing. Bij strijdigheid tussen en/of onduidelijkheid ten aanzien van de verhouding tussen enige bepaling uit deze voorwaarden en een bepaling uit de regelen en/of de reclame code, prevaleert het bepaalde in deze voorwaarden.

5. Enige (algemene) voorwaarden van de opdrachtgever zijn uitdrukkelijk niet van toepassing. Indien de opdrachtgever eigen voorwaarden hanteert, dan dienen deze minimaal een maand voorafgaand aan de plaatsing uitdrukkelijk schriftelijk voorgelegd worden aan de uitgever. De uitgever heeft het recht deze van de hand te wijzen (schriftelijk).

Artikel 3. Advertentieovereenkomsten algemeen

1. Een advertentieovereenkomst kan slechts worden gesloten ten behoeve van bedrijfsonderdelen van de adverteerder waarvan de moedermaatschappij direct of indirect tenminste 50% van de aandelen houdt en/of de zeggenschap uitoefent.
2. De uitgever is pas gebonden aan een advertentieovereenkomst na schriftelijke bevestiging aan de opdrachtgever, dan wel door plaatsing van een advertentie van de opdrachtgever.

Artikel 4. Advertentiecontracten

1. Onverminderd het in artikel 3 lid 2 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 de uitgever en de opdrachtgever. Het bepaalde in artikel 5.6 en 5.7 van de regelen is niet van toepassing.
3. Indien de opdrachtgever binnen de looptijd van een advertentiecontract niet (geheel) van de advertentieruimte gebruik heeft gemaakt, kan hij de uitgever verzoeken tot verlenging van de looptijd van het advertentiecontract. Indien de uitgever akkoord gaat met verlenging, wordt het advertentiecontract met maximaal 2 maanden verlengd.
4. Indien de opdrachtgever na afloop van de (eventueel verlengde) looptijd niet de gehele advertentieruimte heeft gebruikt, komt de resterende advertentieruimte te vervallen en kan hij geen aanspraak maken op restitutie in geld, in advertentieruimte of op welke wijze dan ook. De adverteerder is in dat geval verplicht tot betaling van de niet afgenomen advertentieruimte, dan wel tot bijbetaling van het tarief dat van toepassing is op de wel afgenomen advertentieruimte, een en ander ter keuze van de uitgever.
5. Op verzoek van de opdrachtgever kan de advertentieruimte gedurende de looptijd van het advertentiecontract worden uitgebreid. Alsdan komen de uitgever en de opdrachtgever het op die uitbreiding van toepassing zijnde tarief overeen. Dit tarief heeft geen terugwerkende kracht ten aanzien van reeds geplaatste advertentie(order)s maar geldt slechts ten aanzien van daarna te plaatsen advertentie(order)s.
6. Een advertentiecontract eindigt automatisch nadat de volledige advertentieruimte is benut dan wel de overeengekomen looptijd (inclusief een eventuele verlenging, conform het bepaalde in lid 3) is verstreken.
7. Een advertentiecontract dient voorafgaand aan de eerste plaatsing te worden aangegaan. Tenzij met toestemming van de uitgever is het niet mogelijk losse advertentie(order)s achteraf om te zetten in een advertentiecontract. Het bepaalde in artikel 20 van de regelen is niet van toepassing.

Artikel 5. Advertenties

1. De opdrachtgever is verantwoordelijk voor de inhoud van de aangeboden advertenties.
2. Advertenties mogen geen uitingen bevatten die in strijd met de wet, overige regelgeving (waaronder de Nederlandse Reclame Code), de openbare orde of de goede zeden zijn, noch mag de inhoud daarvan inbreuk maken op de (intellectuele eigendom-)rechten van derden. De opdrachtgever vrijwaart de uitgever zowel in als buiten rechte voor aanspraken van derden ter zake en alle daardoor of in verband daarmee door de uitgever geleden of te lijden schade.
3. De uitgever behoudt zich het recht voor de inhoud en vorm 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.
4. De uitgever 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. Het bepaalde in artikel 11 van de regelen is van toepassing.
5. De uitgever verleent de opdrachtgever geen exclusiviteit, bijvoorbeeld ten aanzien van de in de advertentie aangeboden producten of diensten, tenzij uitdrukkelijk schriftelijk anders overeengekomen. De uitgever is vrij om naar eigen inzicht advertenties van derden te accepteren en op een willekeurige plaats in dezelfde uitgave(n) te plaatsen, tenzij uitdrukkelijk schriftelijk anders overeengekomen.
6. Door de opdrachtgever aangegeven voorkeuren voor een specifieke plaats in de uitgave(n) kunnen slechts worden gehonoreerd op basis van beschikbaarheid en onder de voorwaarde dat de opdrachtgever de voor de betreffende plaats gehanteerde toeslag voldoet.
7. Opties op (specifieke) advertentiepagina's, advertorials of plusproposities hebben een geldigheidsduur van twee maanden, tenzij door de uitgever anders bepaald. De uitgever kan deze termijn tussentijds verkorten indien zich een derde gegadigde meldt die deze specifieke advertentieruimte af wil nemen. Indien de opdrachtgever niet voor het verstrijken van deze duur schriftelijk heeft aangegeven gebruik te willen maken van de optie, vervalt deze automatisch.

Artikel 6. Advertentiemateriaal

1. Het advertentiemateriaal dient uiterlijk op de sluitingstijd in het bezit te zijn van de uitgever. De uitgever is gerechtigd om advertentiemateriaal dat na de sluitingstijd wordt aangeleverd niet in behandeling te nemen of te plaatsen, onverminderd de verplichting van de opdrachtgever tot betaling van een naar het oordeel van de uitgever redelijk bedrag, tot maximaal het volledige met de betreffende advertentie(order) gemoeide bedrag.
2. Het advertentiemateriaal dient te worden aangeleverd conform de daartoe door de uitgever bekend gemaakte specificaties. De opdrachtgever draagt het risico van juiste aflevering van het advertentiemateriaal, ongeacht de wijze van verzending.
3. De uitgever 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.
4. De opdrachtgever staat er voor 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 websites van de uitgever. 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 websites van de uitgever kan verstoren, noch gegevens verzendt die door hun omvang en/of eigenschappen de infrastructuur van de websites van de uitgever onevenredig zwaar belasten.
5. De uitgever heeft het recht om advertentiemateriaal dat niet conform de in dit artikel genoemde vereisten is aangeleverd te weigeren. In hoge uitzondering wordt het materiaal door derden aangepast en worden de gemoeide extra kosten aan de opdrachtgever in rekening gebracht. Het bepaalde in artikel 19 van de regelen is van toepassing.
6. De uitgever streeft er naar het aangeleverde advertentiemateriaal zo goed mogelijk weer te geven in de uitgave(n). De uitgever kan echter geen exacte reproductie garanderen en de opdrachtgever dient rekening te houden met druk- en kleurafwijkingen.
7. De uitgever staat niet in voor de kwaliteit van de weergave van een advertentie in een digitale uitgave.
8. Indien het advertentiemateriaal na de sluitingstijd aan de uitgever ter beschikking is gesteld maar desondanks nog door de uitgever geplaatst wordt, is de uitgever gerechtigd de in verband de daarmee gemoeide extra kosten aan de opdrachtgever in rekening te brengen en kan de opdrachtgever uitdrukkelijk niet reclameren ter zake van de kwaliteit van de reproductie en/of de kleur.
9. De uitgever heeft het recht het advertentiemateriaal na voltooiing van de advertentieorder c.q. advertentieovereenkomst te vernietigen of (indien sprake is van digitaal materiaal) te wissen.
10. Alle (intellectuele) eigendomsrechten op het door of namens de uitgever vervaardigd advertentiemateriaal berusten bij de uitgever.
11. Correcties worden door de uitgever geaccepteerd en uitgevoerd indien en voor zover dit naar de mening van de uitgever redelijkerwijs mogelijk is.

Artikel 7a. Bijzondere bepalingen ten aanzien van Advertorials

1. Boven een advertorial wordt te allen tijde de vermelding "Advertentie" geplaatst.
2. Advertorials worden pas door de uitgever geaccepteerd indien de uitgever akkoord is met de inhoud daarvan. De plaatsing van advertorials mag te allen tijde en zonder opgave van redenen door de uitgever worden geweigerd, zonder dat de uitgever ter zake aansprakelijk kan worden gesteld door de opdrachtgever.
3. De lay-out en typografie van de advertorial dienen af te wijken van het (blad)stramien en kop- en/of broodletter van de uitgave(n), een en ander ter beoordeling van de uitgever.
4. De (sub-)titel en/of het logo van de uitgave(n) of de uitgever mogen niet worden gebruikt in de advertentie.
5. De afzender van de advertorial dient duidelijk te worden vermeld.
6. Het logo en het desbetreffende product van de opdrachtgever in een packshot dienen goed zichtbaar te worden afgebeeld.

Artikel 7b. Bijzondere bepalingen ten aanzien van pluspropositie

1. Op de cover van een insteker wordt te allen tijde de vermelding "Advertentiebijlage bij deze uitgave" geplaatst.
2. Pluspropositie worden pas door de uitgever geaccepteerd indien de uitgever akkoord is met de inhoud daarvan. Pluspropositie mogen te allen tijde en zonder opgave van redenen door de uitgever worden geweigerd, zonder dat de uitgever ter zake aansprakelijk kan worden gesteld door de opdrachtgever.
3. De lay-out en typografie van de pluspropositie dient af te wijken van het (blad)stramien en kop- en/of broodletter van de uitgave(n), een en ander ter beoordeling van de uitgever.
4. De (sub-)titel en/of het logo van de uitgave(n) of de uitgever mogen niet worden gebruikt in de insteker.
5. De afzender van de pluspropositie dient duidelijk te worden vermeld.
6. Het logo en het desbetreffende product van de Opdrachtgever in een packshot dienen goed zichtbaar te worden afgebeeld.

Artikel 8. Tarieven en betaling

1. Het in verband met een advertentieovereenkomst verschuldigde bedrag wordt bepaald aan de hand van de geldende tariefkaart en is gepubliceerd op de website www.nrcmedia.nl of anderszins bekend wordt gemaakt.
2. De uitgever heeft gedurende de looptijd van een advertentiecontract het recht de tarieven van de tariefkaart te verhogen tot maximaal 15%. Deze verhoging zal worden doorberekend aan de opdrachtgever ten aanzien van nog te plaatsen advertentie(order)s. De uitgever zal dergelijke tariefswijzigingen schriftelijk aan de opdrachtgever kenbaar maken. Het bepaalde in artikel 7.4 van de regelen is niet van toepassing.
3. Alle tarieven zijn exclusief BTW, tenzij anders vermeld.
4. Betaling van het in verband met een advertentieovereenkomst verschuldigde bedrag dient te geschieden binnen 14 kalenderdagen na factuurdatum. Erkenninghouders dienen het verschuldigde bedrag binnen 30 kalenderdagen na factuurdatum te hebben voldaan.
5. Aan erkenninghouders kan een door de uitgever vast te stellen korting op het factuurbedrag worden verleend in geval van betaling van het volledige factuurbedrag binnen de door de uitgever aangegeven termijn. De uitgever is te allen tijde gerechtigd om deze korting aan te passen of te laten vervallen, waarvan hij de erkenninghouder tijdig schriftelijk op de hoogte zal stellen.

Artikel 9. Transparantie

1. De uitgever kan aan een mediabureau vaste en variabele kortingen verlenen, daaronder begrepen bonuskortingen waarvan de hoogte afhankelijk is van de netto jaaromzet die is gerealiseerd met de advertentieovereenkomsten 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 informeren over een eventueel eigen belang dat het mediabureau heeft, financieel of anderszins, bij de totstandkoming van een advertentieovereenkomst met de uitgever. Het mediabureau moet daarbij afdoende invulling geven aan haar verplichting om transparant te zijn jegens de adverteerder(s) waarvoor zij optreedt.

Artikel 10. Annulering Advertentieorder

1. Met uitdrukkelijke uitsluiting van het bepaalde in artikel 8.2 van de regelen geldt in geval van annulering van een advertentieorder door de opdrachtgever het volgende:
   a)Bij annulering van de advertentie drie dagen vóór de sluitingstijd worden geen kosten door de uitgever in rekening gebracht;
   b) De uitgever gerechtigd 50% van het met de betreffende advertentie(order) gemoeide bedrag aan de opdrachtgever in rekening te brengen bij annulering na de geldende drie dagen voor de sluitingstijd.
2. Annulering dient te allen tijde schriftelijk te geschieden.
3. De door de uitgever gemaakte kosten in verband met specifieke eisen aan de advertentie of in verband met een pluspropositie komen in geval van annulering te allen tijde volledig voor rekening van de opdrachtgever.

Artikel 11. Tekortkoming, aansprakelijkheid, overmacht en faillissement

1. Indien de opdrachtgever tekort schiet in de nakoming van zijn verplichtingen uit de advertentieovereenkomst is de uitgever gerechtigd om de uitvoering van de advertentieovereenkomst voor de duur van de tekortkoming op te schorten.
2. Indien de opdrachtgever, na schriftelijke ingebrekestelling door de uitgever, binnen de door de uitgever gestelde termijn niet alsnog aan zijn verplichtingen voldoet is de uitgever gerechtigd om de advertentieovereenkomst 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 de uitgever ontslaat de opdrachtgever niet van zijn verplichting tot betaling van de volledige vergoeding uit hoofde van de advertentieovereenkomst. Opschorting, ontbinding of andere beëindiging van de advertentieovereenkomst laat voorts onverlet het recht van de uitgever op vergoeding door de opdrachtgever van de door de uitgever als gevolg daarvan of in verband daarmee geleden schade.
4. De opdrachtgever is aansprakelijk voor alle kosten respectievelijk schade, gemaakt respectievelijk geleden door de uitgever als gevolg van of in verband met de niet-nakoming door de opdrachtgever van zijn verplichtingen uit de advertentieovereenkomst. De door de opdrachtgever te vergoeden kosten respectievelijk schade bestaat onder meer uit de door de uitgever geleden en te lijden directe en indirecte schade, alsmede de door de uitgever gemaakte kosten van juridische bijstand.
5. De opdrachtgever vrijwaart de uitgever zowel in als buiten rechte voor alle aanspraken van derden in verband met de niet- of niet-tijdige nakoming van zijn verplichtingen jegens de uitgever, waaronder uitdrukkelijk begrepen aanspraken in verband met de (onrechtmatige) inhoud van een advertentie.
6. De uitgever kan slechts aansprakelijk worden gesteld voor schade geleden door de opdrachtgever indien sprake is van opzet of grove schuld aan de zijde van de uitgever.
7. Met uitdrukkelijke uitsluiting van het bepaalde in artikel 23.1 van de regelen is elke aansprakelijkheid van de uitgever per gebeurtenis te allen tijde beperkt tot de door de pdrachtgever ter zake van de betreffende advertentie(order) verschuldigde vergoeding. Aansprakelijkheid van de uitgever voor indirecte schade (inclusief,

maar niet beperkt tot gevolgschade, vertragingsschade en winstderving) is uitdrukkelijk uitgesloten. Bij herhaalde plaatsing van een advertentie is de uitgever 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 de uitgever onvoorziene omstandigheden voordoen of sprake is van overmacht, heeft de uitgever het recht om zijn uitvoering van de advertentieovereenkomst op te schorten zolang deze situatie voortduurt dan wel, naar keuze van de uitgever, de advertentieovereenkomst geheel of gedeeltelijk te ontbinden. De uitgever 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 de uitgever, 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 plaatsen van een advertentie door de uitgever alsmede iedere andere situatie waarop de uitgever geen beslissende controle kan uitoefenen.
9. Indien aan de Opdrachtgever (voorlopige) surseance van betaling wordt verleend of indien de opdrachtgever failliet wordt verklaard is de uitgever gerechtigd om de advertentieovereenkomst met onmiddellijke ingang bij aangetekend schrijven te beëindigen, onverminderd de verplichting van de opdrachtgever tot voldoening van de gehele met de advertentieovereenkomst gemoeide vergoeding. Indien sprake is van een advertentiecontract dat is afgesloten ten behoeve van een derde en deze derde gedurende de looptijd van het contract 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 12. Derden

1. De opdrachtgever is aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit de advertentieovereenkomst. De opdrachtgever die op eigen naam maar ten behoeve van een derde een advertentieovereenkomst is aangegaan staat er voor in, dat deze derde de bepalingen van de advertentieovereenkomst aanvaardt en naleeft.
2. Indien een bemiddelaar, zoals een reclamebureau of mediabureau, een advertentieovereenkomst afsluit in naam en voor rekening van een derde, dan dient deze bemiddelaar op verzoek van de uitgever aan te tonen dat hij bevoegd is om te handelen in naam en voor rekening van deze derde. Indien dit niet naar tevredenheid van de uitgever kan worden aangetoond wordt de bemiddelaar geacht op eigen naam en voor eigen rekening te hebben gehandeld.

Artikel 13. Redactionele onafhankelijkheid

1. De redactie van de uitgave(n) waarin de advertentie wordt geplaatst is volledig onafhankelijk in de beslissingen die zij neemt omtrent de inhoud van publicaties in deze uitgave(n). De uitgever is uit hoofde van de advertentieovereenkomst dan ook op geen enkele wijze aansprakelijk voor eventuele kosten of schade aan de zijde van de opdrachtgever als gevolg van redactionele aandacht in de uitgave(n).

Artikel 14. Klachten

1. De opdrachtgever accepteert dat als gevolg van diverse oorzaken de weergave of reproductie van de advertentie in de uitgave(n) kan afwijken van het aangeleverde advertentiemateriaal en/of eventuele drukproeven.
2. Eventuele klachten over de uitvoering van een advertentieovereenkomst, waaronder klachten ten aanzien van de wijze van reproduceren, de plaatsing of de kleurkwaliteit dienen, op straffe van verval van de betreffende vordering, binnen 14 dagen na (de eerste) verschijningsdatum van de uitgave(n) waarin de betreffende advertentie is gepubliceerd schriftelijk bij de uitgever te zijn ingediend. Klachten over de uitvoering van telefonisch of handgeschreven gegeven opdrachten worden niet geaccepteerd.
3. Klachten over (de uitvoering van) een advertentie(overeenkomst) ontslaan de opdrachtgever niet van de nakoming van zijn verplichtingen, waaronder tijdige betaling van de overeengekomen vergoeding ter zake van de betreffende advertentie(overeenkomst).

Artikel 15. Afwijking en wijziging Voorwaarden

1. Eventuele afwijkingen of aanvullingen op de advertentieovereenkomst en deze voorwaarden zijn slechts geldig indien schriftelijk door de uitgever bevestigd.
2. NRC Media BV 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 de website van de uitgever en/of de website van NRC Media BV (www.nrcmedia.nl). Met ingang van bedoelde datum zijn de gewijzigde voorwaarden tevens automatisch van toepassing op alle bestaande advertentieovereenkomsten.

Artikel 16. Divers

1. De uitgever is gerechtigd geplaatste advertenties op te nemen in al dan niet digitale (her)publicaties van de betreffende uitgave(n).
2. De opdrachtgever geeft bij voorbaat toestemming aan een overdracht door de uitgever van diens rechten en verplichtingen uit hoofde van de advertentieovereenkomst door een derde.
3. De onverbindendheid of ongeldigheid van een van de bepalingen van deze voorwaarden tast de geldigheid van de overige bepalingen niet aan.
4. In gevallen waarin deze voorwaarden niet voorzien beslist de uitgever.

Artikel 17. Privacy

De uitgever legt de gegevens van de opdrachtgever vast voor de uitvoering van de advertentieovereenkomst alsmede om de opdrachtgever te kunnen informeren over de (overige) producten en diensten van NRC Media BV en het concern waartoe zij behoort. Op deze vastlegging is het privacy statement van NRC Media BV van toepassing, te vinden op www.nrcmedia.nl.

Artikel 18. Toepasselijk recht en bevoegde rechter

1. Op de advertentieovereenkomst en deze voorwaarden is Nederlands recht van toepassing.
2. Eventuele geschillen die voortvloeien uit de advertentieovereenkomst worden in de eerste instantie bij uitsluiting voorgelegd aan de bevoegde rechter te Amsterdam.

II AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN ADVERTENTIES IN GEDRUKTE UITGAVEN

Artikel 19. Bijzondere bepalingen ten aanzien van pluspropositie

1. Het aantal pluspropositie per uitgave is beperkt. De uitgever bepaalt hoeveel pluspropositie per uitgave worden gehonoreerd.
2. Ten aanzien van pluspropositie gelden de door de uitgever nader gestelde en aan de opdrachtgever kenbaar gemaakte formaten en overige bijzonderheden.
3. De prijs voor een pluspropositie wordt mede bepaald door de door de uitgever te maken (extra) productie-, druk-, en portikosten.
4. Een pluspropositie mag geen gassen noch schadelijke of gevaarlijke stoffen bevatten. Uitzonderlijke formaten als een sachet met vloeistoffen is niet mogelijk.
5. Indien de pluspropositie bestaat uit een op te plakken bijvoegsel, kan de uitgever niet garanderen dat het bijvoegsel exact op de aangegeven plaats in de advertentie wordt geplaatst. De opdrachtgever dient rekening te houden met een zekere afwijking in de locatie.
6. De uitgever kan niet garanderen dat de gehele oplage van de betreffende uitgave voorzien is van het bijvoegsel. De opdrachtgever dient naar alle redelijkheid rekening te houden met een zekere afwijking.
7. De uitgever kan niet garanderen dat de opgegeven drukoplage juist is en is niet aansprakelijk voor eventuele tekorten of overschotten aan bijvoegsels.
8. De opdrachtgever vrijwaart de uitgever zowel in als buiten rechte voor alle aanspraken van derden in verband met de verspreiding en de inhoud van de pluspropositie.

Artikel 20. Nummerbrieven

1. De uitgever is gerechtigd om nummerbrieven, die op advertenties worden ontvangen, te openen voor zover dit ten behoeve van het doorsturen van deze brieven aan de opdrachtgever noodzakelijk is.
2. Nummerbrieven waarin naar het oordeel van de uitgever niet bonafide op de inhoud van de betrokken advertentie wordt gereageerd, worden vernietigd.
3. Brochures, drukwerken, monsters, pakketten e.d. die onder nummer worden ingezonden, worden niet doorgestuurd.

Artikel 21. Bewijsnummers

1. De uitgever stelt op verzoek van de opdrachtgever één bewijsnummer van de uitgave ter beschikking in digitale vorm. De bewijsnummers van NRC Media worden beschikbaar gesteld via het online platform van digitale bewijsnummering, ePublisher. Een samenwerking met de onafhankelijke partij Ebiquity.
2. Het voorgaande geldt niet voor rubrieksadvertenties of advertenties verkocht door derden.

III AANVULLENDE BEPALINGEN TEN AANZIEN VAN ADVERTENTIES IN DIGITALE UITGAVEN

Artikel 23. Algemeen, impressies

1. Deze Voorwaarden zijn slechts van toepassing op online display advertenties in digitale uitgaven, zoals buttons, rectangles, banners, skyscrapers etcetera.
2. De tarieven voor Advertenties in digitale uitgaven worden onder andere weergegeven op basis van de kosten per duizend impressies ("CPM") (zoals vermeld in de toepasselijke tariefkaart).
3. Advertentieovereenkomsten waarbij het overeengekomen aantal impressies niet binnen de overeengekomen termijn wordt behaald, worden in overleg met de opdrachtgever verlengd tot het moment waarop het aantal overeengekomen CPM is behaald.

Artikel 24. Premium Display Advertising

1. Onder Premium Display Advertising wordt verstaan het exclusieve recht van de adverteerder om te adverteren op een internetpagina of internetsite uit de portfolio van de uitgever. De exclusiviteit geldt alleen ten aanzien van de vaste displayposities en in geen geval ten aanzien van tekstlinks.
2. In het geval van een Premium Display Advertising wordt het gebruik van een frequency caps vanaf cap 3 kosteloos aan de adverteerder ter beschikking gesteld. Voor een cap van 1 of 2 wordt een toeslag berekend.
3. In het geval van Premium Display Advertising heeft de adverteerder het recht zonder extra kosten beeld en geluid aan zijn advertenties toe te voegen, met dien verstande dat de uitgever het recht heeft, desnoods zonder opgave van redenen, deze extra uitingen af te keuren.
4. Rapportages met betrekking tot Premium Display Advertising worden geleverd op order-, site- en dagniveau.
5. Binnen Premium Display Advertising is de uitgever zonder additionele kosten gerechtigd het advertentiemateriaal wekelijks te wijzigen. Het advertentiemateriaal dient te worden aangeleverd conform de bekend gemaakte aanleverspecificaties.

Artikel 25. Fixed Position Advertising

1. Onder Fixed Position Advertising wordt verstaan het recht om te adverteren op een vaste positie op een internetpagina of een internetsite uit het portfolio.
2. Rapportages met betrekking tot Fixed Position Advertising worden geleverd op order-, site- en dagniveau.
3. Mocht de vaste positie van de adverteerder door omstandigheden niet beschikbaar zijn, dan is de uitgever gerechtigd om de plaatsing van de advertentie op te schorten, in overleg te plaatsen op een andere sectie, dan wel te annuleren, zonder dat de adverteerder recht heeft op vergoeding van gemaakte kosten en/of geleden schade.

Artikel 26. 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 adverteerder.
2. Indien de adverteerder de in lid 1 bedoelde kosten niet accepteert, is de uitgever gerechtigd de advertentieovereenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen zonder jegens de adverteerder vergoeding van enigerlei kosten verschuldigd te zijn.