

# De Regelen voor het Advertentiewezen

## De Regelen voor het Advertentiewezen

### Artikel 1. Definities

#### 1.1

Tenzij uitdrukkelijk in deze Algemene Advertentievoorwaarden daarvan wordt afgeweken, wordt in deze Algemene Advertentievoorwaarden verstaan onder:

**de Regelen:** de geldende algemene advertentievoorwaarden, zoals in hun laatste redactie vastgesteld en gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam door de Stichting ROTA;

**Bestuur:** het bestuur van de Stichting ROTA;

**College van Beroep:** de door het Bestuur bij Huishoudelijk Reglement ingestelde bestuurscommissie, genaamd College van Beroep;

**Media-exploitant:** de natuurlijke persoon of rechtspersoon die een onderneming drijft, welke economische activiteit er mede in bestaat reclame-uitingen van derden via welk medium dan ook te verveelvoudigen en/of openbaar te maken, en die is aan te merken als aangesloten partij in de zin van artikel 1.1: sub f en artikel 5 van de statuten van de Stichting ROTA;

**Medium:** de bedrijfsmatige wijze van overbrenging van informatie, bedoeld en geschikt om reclame-uitingen van adverteerders te verveelvoudigen en/of openbaar te maken, met inbegrip van de verspreiding en/of doorgifte van zulke verveelvoudigingen en/of openbaarmakingen;

**Adverteerder:** de natuurlijke persoon of rechtspersoon die hetzij rechtstreeks, hetzij door bemiddeling van een reclamebemiddelaar advertenties ter plaatsing in een medium opgeeft, daaronder begrepen reclame-bemiddelaars en (tijdelijke) Erkenninghouders;

**Reclamebemiddelaar:** de natuurlijke persoon of rechtspersoon die beroepshalve of bedrijfsmatig bemiddelt bij de totstandkoming van advertentiecontracten;

**Erkenninghouder:** de reclamebemiddelaar, aan wie door de Stichting ROTA een (tijdelijke) erkenning is verleend tot het gebruik van een collectief merk van de Stichting ROTA;

**Advertentie:** de reclame-uiting of -boodschap ten behoeve van een adverteerder;

**Advertentieruimte:** de voor een medium in vlaktematen, tijdseenheden of naar anderszins objectiveerbare maatstaven vastgestelde, en naar wervingsoogmerk voldoende bepaalbaar, overeengekomen ruimte die voor advertenties beschikbaar is;

**Advertentiecontract:** elke overeenkomst tussen een media-exploitant enerzijds en adverteerder, reclamebemiddelaar en/of erkenninghouder anderzijds aangegaan terzake van de plaatsing van advertenties met een bepaalde advertentieruimte;

**Contractadvertentie:** elke advertentie, welke ter plaatsing wordt opgegeven in mindering op de advertentieruimte, zoals in een advertentiecontract overeen-gekomen;

**Losse advertentie:** elke advertentie die ter plaatsing aan een media-exploitant wordt opgegeven, anders dan krachtens een advertentiecontract

**Plaatsing:** de verveelvoudiging en/of openbaarmaking van een advertentie.

**Dispensatiehouder :** de reclamebemiddelaar die dispensatie heeft verkregen, als bedoeld in het Reglement Dispensaties Vaktijdschriften van de Stichting ROTA.

1.2

Indien in deze Regelen wordt bedoeld op "Adverteerder(s)", worden de Reclamebemiddelaar(s) en de Erkenninghouder(s) daaronder mede begrepen. Indien in deze Regelen wordt bedoeld op "Reclamebemiddelaar (s)", worden de Erkenninghouder(s) daaronder mede begrepen.

## **Artikel 2. Toepasselijkheid**

2.1.

Tenzij tussen partijen uitdrukkelijk en in schriftelijke vorm anders is overeengekomen, zijn de Regelen van toepassing op de totstandkoming, de inhoud en nakoming van alle advertentiecontracten, aangegaan door een media-exploitant met een adverteerder.

2.2.

Algemene (inkoop-)voorwaarden van de adverteerder zijn slechts van toepassing, indien uitdrukkelijk en schriftelijk door de media-exploitant is erkend, dat deze met uitsluiting van de Regelen en de door de media-exploitant gehanteerde en toepasselijke standaardvoorwaarden tussen partijen van toepassing zullen zijn.

2.3.

De toepasselijkheid van de Regelen staat er niet aan in de weg, dat op advertentie-contracten tussen een media-exploitant en een adverteerder de door een media-exploitant gehanteerde standaardvoorwaarden mede toepasselijk zijn op die advertentiecontracten.

2.4.

Ingeval ten aanzien van een advertentiecontract naast de Regelen tevens de door de media-exploitant gehanteerde standaardvoorwaarden toepasselijk zijn, prevaleert bij voorkomende strijdige bedingen in de Regelen en deze door de media-exploitant gehanteerde standaardvoorwaarden de toepasselijkheid van laatstgenoemde standaardvoorwaarden.

2.5.

De media-exploitant draagt in de aanbiedingen ten behoeve van desbetreffende medium of media zorg voor een ter zake doende beschrijving van de inhoudelijke aspecten van het medium of de media, de omvang en de wijze van verspreiden, de technische specificaties, alsmede de eisen waaraan het advertentiemateriaal dient te voldoen.

2.6.

Met de bekendmaking en/of openbaarmaking van de advertentietarieven en -condities van enig medium of media maakt de media-exploitant diens aanbieding bekend. Deze bekendmaking of openbaarmaking geldt als een openbare aanbieding, zulks onverminderd het bepaalde in artikel 11.

2.7.

Adverteerders of groepen van adverteerders komt geen enkele aanspraak op exclusiviteit ten opzichte van een media-exploitant of ten opzichte van een of meer van diens media toe, in welke vorm dan ook, tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk is overeengekomen of aangegeven in de aanbieding van de media-exploitant, zoals bedoeld in de beide voorgaande leden van dit artikel

### **Artikel 3. Vaststelling tarieven en condities**

#### 3.1.

Media-exploitanten stellen zelfstandig en onafhankelijk hun tarieven en condities vast en maken deze in schriftelijke vorm of anderszins tijdig tevoren bekend. De vaststelling van tarieven door media-exploitanten geschiedt steeds exclusief omzetbelasting en overige van overheidswege opgelegde of op te leggen heffingen, tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk anders aangegeven door de media-exploitant.

#### 3.2.

Tenzij tussen partijen uitdrukkelijk en in schriftelijke vorm anders is overeengekomen, wordt de media-exploitant geacht overeenkomsten aan te zijn gegaan op grond van de door deze media-exploitant vastgestelde en bekendgemaakte tarieven en condities. In geval van misstelling van een advertentie is de media-exploitant gehouden de adverteerder te zijner keuze aan te bieden een voorstel tot reductie en een voorstel tot herplaatsing tegen gereduceerde prijs of gratis, een en ander mits de adverteerder binnen drie weken na de plaatsing van de advertentie een klacht kenbaar heeft gemaakt. De media-exploitant kan volstaan met het aanbieden van een voorstel tot reductie, indien er sprake is van een dermate belangrijke afwijking van de plaatsingsopdracht of van dermate ernstige technische fouten bij de plaatsing, dat niet met herplaatsing of rectificatie kan worden volstaan, ofwel dat uit hoofde van het feit, dat het tijdsverloop rectificatie of herplaatsing van de desbetreffende advertentie zonder zin doet zijn. Leidt een voorstel van de zijde van de media-exploitant niet tot aanvaarding door de adverteerder, dan kan de meest gerede partij een verzoek richten tot het Bestuur met inachtneming van het bepaalde in artikel 24.

#### 3.4.

In geval van een fout of tekortkoming in de advertentie door toedoen van de adverteerder zelf, zal de adverteerder niet gerechtigd zijn tot gehele of gedeeltelijke ontheffing of opschorting van de betalingsverplichtingen, dan wel tot enige vorm van verrekening.

#### 3.5.

Een reclamebemiddelaar die meent, dat er zeer bijzondere redenen zijn om hem, ondanks de voor hem uit artikel 16 voortvloeiende betalingsplicht, in een bepaald geval voor gehele of gedeeltelijke ontheffing van deze plicht in aanmerking te laten komen op grond van betalingsmoeilijkheden van de betrokken adverteerder, is gerechtigd dit verzoek gemotiveerd aan het Bestuur voor te leggen.

### **Artikel 4. Duur en verbruik van advertentiecontracten**

#### 4.1.

Een advertentiecontract wordt schriftelijk aangegaan voor de duur zoals bij overeenkomst bepaald, behoudens het bij het tweede lid van dit artikel bepaalde. Tenzij tussen partijen uitdrukkelijk schriftelijk anders is overeengekomen of bij gebreke van een uitdrukkelijk overeengekomen beding omtrent de duur van het advertentiecontract, wordt een duur van twaalf achtereenvolgende maanden geacht te zijn overeengekomen. Wordt een advertentiecontract aangegaan voor een duur langer dan twaalf opeenvolgende maanden, dan is de media-exploitant gerechtigd de berekening van de advertentietarieven, in relatie tot een daar jaarlijks aan verbonden advertentievolume (staffelkortingen), per kalenderjaar uit te voeren en te factureren, tenzij tussen partijen schriftelijk anders is overeengekomen. Een advertentiecontract zal echter steeds geacht worden te zijn geëindigd, zodra de in het advertentiecontract genoemde advertentieruimte of de met inachtneming van artikel 5 uitgebreide ruimte is verbruikt.

#### 4.2.

Is de oorspronkelijk overeengekomen of uitgebreide advertentieruimte verbruikt, dan zullen niettemin verdere plaatsingen binnen de duur van het advertentiecontract tegen de overeengekomen

voorwaarden kunnen plaatsvinden, indien en zolang de media-exploitant met een dergelijk oververbruik akkoord wil gaan, ofwel indien door vermelding van de woorden "ten minste" overeen is gekomen, dat de gecontracteerde ruimte als een desgewenst te overschrijden omvang is bedoeld, zulks behoudens de voor deze gevallen bij de tarieven van de media-exploitant gestelde beperkingen.

4.3.

Elk beding in een advertentiecontract, waarin is bepaald dat de overeenkomst bij gebreke van enige opzegging stilzwijgend wordt verlengd, dient tussen partijen uitdrukkelijk en schriftelijk te worden overeengekomen.

4.4.

Indien de overeengekomen advertentieruimte niet tijdig is of - naar zich laat aanzien - zal zijn afgenomen, wordt de duur van de overeenkomst niet verlengd, behalve éénmaal voor ten hoogste twee maanden ter plaatsing van het restant.

4.5.

Behoudens het in de volgende volzin bepaalde gaat de duur van het advertentiecontract in op de datum van plaatsing van de eerste binnen het kader van het advertentiecontract af te nemen advertentie. Volgt die eerste plaatsing van een advertentie niet binnen drie maanden na het aangaan van het advertentiecontract, dan zal het advertentiecontract geacht worden te zijn ingegaan op de datum, waarop deze drie maanden zijn verstreken. Bij het aangaan van een advertentiecontract kan evenwel worden overeengekomen, dat de duur van de overeenkomst wordt geacht te zijn ingegaan:

- a. op de eerste dag van de kalendermaand, waarin de eerste binnen het kader van het advertentiecontract af te nemen advertentie is geplaatst, indien de plaatsing vóór de vijftiende van die maand heeft plaatsgevonden, en
- b. op de vijftiende van die maand, indien de plaatsing daarvan op of na de vijftiende dag van de kalendermaand heeft plaatsgevonden, en
- c. op de eerste dag van de kalendermaand volgende op de termijn van drie maanden, indien die eerste advertentie niet binnen drie maanden na het aangaan van het advertentiecontract is geplaatst.

4.6.

De datum, waarop de schriftelijke bevestiging van het aangaan van een advertentie-contract door een media-exploitant wordt verzonden, wordt geacht nooit meer dan drie werkdagen voorafgaand aan de datum van ontvangst door de adverteerder te liggen.

## **Artikel 5. Uitbreiding en tussentijdse beëindiging van advertentiecontract**

5.1.

Een adverteerder heeft het recht tijdens de duur van een advertentiecontract, zoals bedoeld in artikel 4, schriftelijk éénmaal of meermalen de overeengekomen advertentieruimte uit te breiden, echter zonder verlenging van de oorspronkelijke duur van het advertentiecontract.

Behoudens het in de volgende volzin bepaalde zal het dienovereenkomstig lagere tarief, zoals door de media-exploitant wordt gehanteerd, niet alleen gelden voor de na de totstandkoming der uitbreidingsovereenkomst door de adverteerder te verbruiken advertentieruimte, doch evenzeer van toepassing zijn bij de afrekening van de advertentieruimte, welke door die adverteerder werd verbruikt in een periode van vier maanden voorafgaande aan de totstandkoming van de nadere

uitbreidingsovereenkomst, met dien verstande dat die periode van vier maanden wordt geacht zich uit te strekken tot en met de eerste dag van de maand dezer periode.

Bij het aangaan van het advertentiecontract kan evenwel worden overeengekomen, dat het dienovereenkomstig lagere tarief eerst zal ingaan uiterlijk op de zestiende dag van de kalendermaand, waarin de uitbreidingsovereenkomst tot stand kwam, indien deze laatste in de periode van de eerste tot en met de vijftiende van die kalendermaand is aangegaan, en op de eerste dag van de volgende kalendermaand in de overige gevallen. Een en ander laat onverlet het bepaalde in artikel 19.

## 5.2.

Ontslag van de verplichting tot verbruik van de overeengekomen advertentieruimte kan plaatshebben tijdens de duur of aan het einde van de duur van het advertentiecontract, indien daarvoor naar het oordeel van de media-exploitant gegronde redenen aanwezig zijn en mits partijen zich schriftelijk contractueel hebben verplicht als voorwaarde te aanvaarden dat het verschil wordt bijbetaald tussen het voor de afgenomen advertentieruimte geldende tarief en het voor de oorspronkelijk overeengekomen advertentieruimte geldende tarief. Onder gegronde redenen wordt verstaan: wijziging in de omstandigheden van de adverteerder, die maken dat redelijkerwijze niet is te vergen dat de overeengekomen advertentieruimte verder wordt afgenomen.

## 5.3.

Onverminderd het bepaalde in het vorige lid is de adverteerder, indien een media-exploitant gegronde redenen, als bedoeld in het vorige lid niet aanwezig acht, gerechtigd het Bestuur te verzoeken ontslag te verlenen van de verplichting tot verbruik van de overeengekomen advertentieruimte, indien blijkt dat de media-exploitant kennelijk onredelijk zou handelen door het bedoelde ontslag van de verplichtingen af te wijzen of indien blijkt dat de media-exploitant anderszins in strijd zou hebben gehandeld met het bepaalde in het advertentiecontract of in de Regelen.

Het Bestuur, uit hoofde van het bepaalde in dit lid om een beslissing verzocht, beslist zo spoedig mogelijk. Aan deze beslissing moet voorafgaan een uitnodiging aan de andere partij om - zo dit nog niet is geschied - van haar standpunt te doen blijken. Het Bestuur heeft de bevoegdheid aan zijn beslissingen voorwaarden te verbinden.

## 5.4.

Een adverteerder is, in afwijking van het bepaalde in de voorgaande leden van dit artikel, te allen tijde gerechtigd om in geval van tussentijds gemaakte verhoging van advertentietarieven van de media-exploitant, indien de verhoging mede van toepassing is op advertentiecontracten waarvan de duur nog niet is verstreken, deze tussentijds te beëindigen, zonder enige bijbetaling of vergoeding van schade te zijn verschuldigd.

## **Artikel 6. Niet nagekomen of afgenomen advertentiecontract-/ruimte**

Indien een advertentiecontract door een reclamebemiddelaar niet wordt nagekomen vanwege het faillissement, een verleende surseance van betaling of de liquidatie of stillegging van de ondernemingsactiviteiten van de adverteerder, zijnde de opdrachtgever van de reclame-bemiddelaar, is het bepaalde in artikel 5.2. en 5.3. van overeenkomstige toepassing.

## **Artikel 7. Annuleren van plaatsingsopdrachten op grond van een advertentiecontract**

### 7.1.

Behoudens bijzondere door de media-exploitant expliciet tevoren bekendgemaakte andere annuleringsvoorwaarden, kan de adverteerder, met wie een media-exploitant een advertentiecontract is aangegaan, zonder kosten een reservering of opdracht tot plaatsing van een advertentie annuleren,

indien de annulering van een zodanige reservering of opdracht schriftelijk geschiedt en deze schriftelijke annulering door de media-exploitant wordt ontvangen:

- a. uiterlijk vijftig dagen voorafgaand aan de in de opdracht voorziene plaatsingsdatum van de advertentie, indien het een medium van een media-exploitant betreft, waarvan de duur gelegen tussen twee opeenvolgende edities van dit medium langer is dan zes dagen; en
- b. uiterlijk zeven dagen voorafgaand aan de in de opdracht voorziene plaatsingsdatum dan wel de uiterlijke datum, indien dit een latere datum zou zijn, waarop advertentieruimte voor het medium of voor een deel daarvan kan worden gereserveerd, indien het een medium betreft waarvan de duur gelegen tussen twee opeenvolgende edities van dit medium zes dagen of korter is.

## 7.2.

Tenzij tussen partijen in een advertentiecontract uitdrukkelijk en schriftelijk anders is overeengekomen, is de adverteerder steeds gerechtigd een reservering of opdracht tot plaatsing van een advertentie te annuleren in afwijking van het bepaalde in lid 1 van dit artikel. In dat geval blijft de adverteerder jegens de media-exploitant gehouden tot voldoening van 25% van de op grond van zodanige opdracht verschuldigde advertentieprijs, zulks onverminderd de gehoudenheid tot nakoming van het advertentiecontract.

## **Artikel 8. Redactionele integriteit**

### 8.1.

Het is media-exploitanten en adverteerders niet toegestaan eraan mee te werken, dat in de als redactioneel aangewezen gedeelten van hun medium of hun media anders dan uit zuiver redactionele overwegingen verveelvoudigingen en/of openbaarmakingen plaatsvinden aangaande het bedrijf of de producten en/of diensten van het bedrijf van adverteerders of mogelijke adverteerders.

### 8.2.

Indien de reclame-uitingen van een adverteerder, hetzij qua vorm en inhoud hetzij als gevolg van de context waarin deze uitingen worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, dusdanig zijn dat dientengevolge verwarring met de redactionele inhoud van enig medium redelijkerwijs verwacht moet worden, zijn media-exploitanten en adverteerders ertoe gehouden dusdanige reclame-uitingen te voorzien van:

- a. een duidelijke en steeds in één oogopslag waarneembare vermelding van het woord: "Advertentie" of "Reclameboodschap" of anderszins, en
- b. een vormgeving die in één oogopslag kan worden herkend als afwijkend van de vormgeving van het redactionele deel van het medium, en
- c. een duidelijke en steeds in één oogopslag waarneembare vermelding van handelsnaam en/of merk van de adverteerder en/of van het product of de dienst aangeprezen in de advertentie.

### 8.3.

In de reclame-uitingen van een adverteerder mag, behoudens uitdrukkelijke en schriftelijk voorafgaande toestemming van de media-exploitant, geen gebruik worden gemaakt van de titel en/of het logo van het medium of andere aan het medium toekomende onderscheidingstekens, en evenmin mag er een direct verband worden gelegd tussen het medium en de adverteerder, diens onderneming of diens producten en/of diensten op welke wijze dan ook.

## **Artikel 9. Opdrachtvereiste**

Het is media-exploitanten niet toegestaan enige advertentie voor derden te plaatsen zonder daartoe opdracht te hebben verkregen van of namens de adverteerder, tenzij in gevallen van overmacht.

## **Artikel 10. Bewijs(exemplaren)**

10.1.

Media-exploitanten zijn gehouden voor elke plaatsing van een advertentie, met uitzondering van rubrieksadvertenties in gedrukte media, de adverteerder gratis bewijs(exemplaar) te verschaffen van de plaatsing van de advertentie in de afzonderlijke media, mits de adverteerder bij de opdracht tot plaatsing daarom heeft verzocht.

10.2.

Bewijs of voor zoveel mogelijk bewijsexemplaren worden binnen zeven dagen na de plaatsing van de advertentie ter beschikking gesteld op een duidelijke wijze en op een drager die de media-exploitant geraden voorkomt.

## **Artikel 11. Weigering van advertenties**

11.1.

Media-exploitanten hebben het recht een aanbod of een opdracht tot het aangaan van een advertentiecontract of losse advertenties niet te aanvaarden, zonder opgaaf van redenen.

11.2.

Indien een media-exploitant een advertentiecontract is aangegaan, mag hij bepaalde binnen dat contract opgegeven advertenties weigeren. Deze weigering moet steun vinden in:

- a. technische bezwaren;
- b. inhoud, aard, strekking of vorm der opgegeven advertenties of andere redenen van principiële aard;
- c. redelijkerwijs te verwachten wanbetaling;
- d. weigering van vooruitbetaling door de adverteerder of in geval van artikel 16, lid 6, door de erkenninghouder, waarvan alsdan onmiddellijk kennis moet worden gegeven aan de adverteerder.

Indien een media-exploitant weigert op de grond, bedoeld onder a. of b. dan zal de media-exploitant de adverteerder zo tijdig mogelijk daaromtrent informeren, waardoor de adverteerder desgewenst in staat is om de advertentie aan te passen, zodanig dat deze alsnog kan worden geplaatst

11.3.

Is een advertentie van een erkenninghouder geweigerd, anders dan op grond van het bepaalde onder sub a of d van het vorige lid of anders dan wegens ernstige moeilijkheden, als bedoeld in artikel 12, dan is het de media-exploitant niet toegestaan de geweigerde advertentie langs andere weg wel voor plaatsing te aanvaarden.

## **Artikel 12. Aanvaarding van bemiddeling**

Onverminderd het bepaalde in artikel 10 en 11 van de Regelen is een media-exploitant gehouden bij het aangaan van advertentiecontracten tot plaatsing van één of meer advertenties de bemiddeling van een erkenninghouder te aanvaarden, behalve bij gebreke van vooruit-betaling zoals bedoeld in artikel 16.6. of wegens ernstige moeilijkheden, welke tussen een erkenninghouder en een media-exploitant zijn gerezen.

## **Artikel 13. Buitenlandse adverteerders**

Tenzij in de Regelen anders is bepaald of tenzij tussen partijen uitdrukkelijk en schriftelijk anders is overeengekomen, zijn de Regelen gelijkelijk van toepassing op advertentiecontracten met Nederlandse en buitenlandse adverteerders.

## **Artikel 14. Accepteren van nieuwe advertentiecontracten**

### 14.1

Het is media-exploitanten niet toegestaan een nieuw advertentiecontract met een adverteerder via een reclamebemiddelaar of rechtstreeks aan te gaan, zolang de duur van het bestaande advertentiecontract niet is verstreken, tenzij de overeengekomen advertentieruimte reeds is afgenomen en/of verbruikt. De omstandigheid dat er in een bestaand advertentiecontract al of niet een "ten minste"-clausule, als bedoeld in artikel 4, lid 2 is overeengekomen, is hierop niet van invloed.

### 14.2

Het in het eerste lid bepaalde geldt niet, indien een nieuw advertentiecontract op een ander soort product of een andere dienst van die adverteerder betrekking heeft.

## **Artikel 15. Verandering van reclamebemiddelaar**

### 15.1.

Indien een adverteerder voor het verstrijken van de duur van een advertentiecontract van reclamebemiddelaar verandert, kunnen lopende rechten en verplichtingen voortvloeiende uit dat advertentiecontract pas overgaan op het moment dat de media-exploitant een schriftelijke opdracht van de eerdere reclamebemiddelaar heeft ontvangen om de uitvoering van het lopende advertentiecontract over te dragen aan de latere reclamebemiddelaar, en deze laatstgenoemde deze overdracht aan de media-exploitant schriftelijk heeft bevestigd.

### 15.2.

De eerdere reclamebemiddelaar is tot de schriftelijke opdracht gehouden, zodra de adverteerder diens verplichtingen jegens de eerdere reclamebemiddelaar betreffende de plaatsing van advertenties in de media geheel is nagekomen.

### 15.3.

De media-exploitant is verplicht aan de overdracht van rechten en verplichtingen voortvloeiende uit lopende advertentiecontracten mee te werken, voorzover de eerdere reclamebemiddelaar aan al diens verplichtingen uit hoofde van het advertentiecontract jegens de media-exploitant heeft voldaan en de latere reclamebemiddelaar een erkenninghouder is.

## **Artikel 16. Aansprakelijkheid en betaling**

### 16.1.



De contractpartij van de media-exploitant, te weten hetzij de adverteerder, hetzij de reclamebemiddelaar of de erkenninghouder, is jegens de media-exploitant aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit een advertentiecontract. Tenzij bij de totstandkoming van een advertentiecontract uitdrukkelijk en schriftelijk anders is overeengekomen tussen een media-exploitant en reclamebemiddelaar, is de reclamebemiddelaar jegens de media-exploitant aansprakelijk voor de nakoming van alle verplichtingen die voortvloeien uit een advertentiecontract.

#### 16.2.

De media-exploitant zal de facturen, waarbij voor de plaatsing van advertenties verschuldigde bedragen in rekening worden gebracht, niet eerder aan de adverteerder dan wel aan de reclamebemiddelaar of erkenninghouder verzenden, dan de datum van plaatsing van de desbetreffende advertentie, tenzij anders wordt overeengekomen. De adverteerder dan wel de reclamebemiddelaar of erkenninghouder is gehouden de factuur te voldoen uiterlijk op de dertigste dag na de dagtekening van de factuur. Een en ander laat onverlet het recht van de media-exploitant overeen te komen in het advertentiecontract, dat ter zake van de te factureren bedragen voorschotten in rekening worden gebracht.

#### 16.3.

Voor elke maand of een gedeelte daarvan, waarmee de in het vorige lid genoemde uiterlijke datum van betaling wordt overschreden, is de adverteerder dan wel de reclamebemiddelaar aan de media-exploitant een wettelijke rente verschuldigd, bestaande uit een percentage van het desbetreffende te betalen en nog onbetaald gelaten bedrag, zulks met een minimum van € 13,50 per geheel of deels onbetaald gelaten factuur. Deze wettelijke rente, die geldt voor handelsovereenkomsten, is gelijk aan de marginale toewijzingsrente voor de herfinancieringstransacties, zoals laatstelijk vastgesteld door de Europese Centrale Bank (ECB), vermeerderd met zeven procentpunten.

#### 16.4.

Bij verschil van mening over een onderdeel van een verzonden factuur blijft - met behoud van de in lid 2 vervatte verplichting tot tijdige betaling van de onderdelen, waarover geen verschil van mening bestaat - op laatstbedoelde onderdelen het in lid 3 bepaalde van toepassing.

#### 16.5.

Het in de leden 3 en 4 bepaalde laat onverlet de in de voorgaande leden voorgeschreven verplichting tot tijdige betaling. Bij gebreke van tijdige betaling door erkenninghouders zijn de media-exploitanten gerechtigd de Stichting ROTA hiervan uiterlijk binnen 15 dagen nadien in kennis te stellen; het Bestuur is bevoegd andere media-exploitanten van het verzuim op de hoogte te stellen.

#### 16.6.

In afwijking van het bepaalde in lid 2 is een media-exploitant gerechtigd vooruitbetaling van de te plaatsen advertenties of onmiddellijke betaling van reeds geplaatste advertenties te vorderen, indien de adverteerder aan de media-exploitant een achter-stallige schuld heeft, dan wel indien de adverteerder naar het oordeel van de media-exploitant of het Bestuur niet voldoende kredietwaardig is of niet afdoende inzicht heeft gegeven in de kredietwaardigheid. In het geval een media-exploitant vooruitbetaling als hiervoor bedoeld vordert en de reclamebemiddelaar hieraan niet voldoet, is deze media-exploitant gerechtigd opdrachten tot plaatsing van advertenties in mindering op het lopende advertentiecontract rechtstreeks van de adverteerder te accepteren en rechtstreeks aan deze in rekening te brengen en/of met deze te verrekenen.

#### 16.7.

Voor de toepassing van het bepaalde in de voorgaande leden van dit artikel wordt de verzenddatum van door de media-exploitanten verzonden facturen geacht nooit meer dan drie werkdagen vóór de

datum van ontvangst door de betrokken adverteerder te liggen; als datum van girale betaling geldt steeds de datum per welke de rekening van de crediteur met het desbetreffende bedrag is gevaluteerd.

16.8.

Media-exploitanten zijn bevoegd om binnen twee maanden na facturering, ongeacht of betaling daarop reeds heeft plaatsgevonden, mislagen en/of fouten in de facturering te herstellen, en deze dienovereenkomstig te debiteren of te crediteren. De betaling van een factuur binnen de gestelde termijn houdt niet automatisch de erkenning door de opdrachtgever van de desbetreffende vordering in.

## **Artikel 17. (Tijdelijk) Erkenninghouders**

17.1.

Media-exploitanten onderkennen de voordelen, die verband houden met het totstandkomen en het uitvoeren van advertentiecontracten aangaan met (tijdelijk) erkenninghouders, aan wie een erkenning of tijdelijke erkenning is verleend op grond van het Reglement Erkenningen van de Stichting ROTA. Media-exploitanten dragen om die reden zorg voor passende contractvoorwaarden en/of bedingen in hun standaardvoorwaarden, waarin deze voordelen tot uitdrukking komen. Daarbij geven media-exploitanten zich rekenschap van onder meer voordelen als het verlaagd debiteurenrisico, het aanleveren van gereed advertentiemateriaal en bekendheid met regelgeving inzake reclame, zulks onverminderd (kredietbeperkings)-kortingen van de media-exploitanten terzake van de mate waarin de betalingstermijn als bedoeld in artikel 16.2. feitelijk wordt bekort.

17.2.

De (tijdelijk) erkenninghouder wordt geacht bij het aangaan van een advertentie-contract zekerheid jegens de betrokken media-exploitant te hebben verschaft voor de juiste nakoming van de betalingsverplichtingen uit hoofde van dat advertentiecontract.

17.3.

Tenzij uitdrukkelijk en schriftelijk anders is overeengekomen, geldt het bepaalde in de leden 1 en 2 van dit artikel niet, ingeval:

- a. het bepaalde in artikel 16.6. van toepassing is, en
- b. er sprake is van losse advertenties.

## **Artikel 18. Berekening technische kosten**

Indien een adverteerder aan de media-exploitant geen goed en compleet materiaal, geschikt voor plaatsing van een advertentie in het desbetreffende medium, aanlevert, zijn de media-exploitanten gerechtigd aan adverteerder de hierdoor veroorzaakte extra technische kosten van de media-exploitant in rekening te brengen. Tenzij tussen partijen omtrent de berekening van technische kosten uitdrukkelijk en schriftelijk anders is of wordt overeengekomen bedragen deze kosten niet meer dan 15% van het bedrag van de plaatsing, waarop die kosten betrekking hebben. Het bedrag van deze kosten is steeds verschuldigd zonder enige aftrek van kortingen die op het bedrag van de plaatsing kunnen zijn overeengekomen.

## **Artikel 19. Omzetting losse advertenties in advertentiecontracten**

Losse advertenties kunnen - indien de adverteerder zulks verlangt - worden begrepen in een later door deze overeen te komen advertentiecontract, met dien verstande dat in zodanig geval aan het advertentiecontract terugwerkende kracht wordt verleend over een periode van ten hoogste vier

maanden voorafgaande aan de maand, waarin het advertentiecontract werd aangegaan, dan wel tot de datum van plaatsing van de eerste losse advertentie, indien deze datum binnen de voormelde periode valt, tenzij tussen partijen uitdrukkelijk en schriftelijk anders wordt overeengekomen.

## **Artikel 20. De media-exploitant als bemiddelaar**

Tenzij er sprake is van bemiddeling door een erkenninghouder zijn media-exploitanten gerechtigd jegens een andere media-exploitant, toepassing te geven aan het bepaalde in artikel 17, mits zulks uitdrukkelijk en schriftelijk is overeengekomen ingeval die andere media-exploitant voor derden bemiddelt bij de plaatsing van losse advertenties.

## **Artikel 21. De media-exploitant als adverteerder**

### 21.1.

Media-exploitanten zijn gerechtigd ten opzichte van elkaar toepassing te geven aan het bepaalde in artikel 17, mits zulks uitdrukkelijk en schriftelijk is overeengekomen in geval van plaatsing van contractadvertenties en losse advertenties ten behoeve van de eigen onderneming, waarin het medium wordt geëxploiteerd, en voorzover die contractadvertenties of losse advertenties betrekking hebben op die sectoren van het mediabedrijf, waarvoor de desbetreffende andere media-exploitant is aangesloten bij de Stichting ROTA.

### 21.2.

Het in het vorige lid bepaalde is van overeenkomstige toepassing op advertenties, welke door een erkenninghouder ten behoeve van de eigen onderneming worden geplaatst.

## **Artikel 22. Overige regels voor de media-exploitanten**

### 22.1

De media-exploitanten en adverteerders zijn verplicht de waarheid in en de waardigheid van het advertentiewezen hoog te houden en de bepalingen bij of krachtens de statuten en huishoudelijke of andere reglementen van de ROTA vastgesteld, zowel naar de letter als naar de geest in acht te nemen. Zij zijn daarbij aansprakelijk voor handelingen en verzuimen van anderen, van wier diensten zij gebruik hebben gemaakt voor de werkzaamheden bij de uitoefening waarvan deze handelingen en verzuimen zijn gepleegd.

### 22.2

Het is media-exploitanten en adverteerders niet toegestaan in publicaties mededelingen op te nemen of te doen opnemen over bijvoorbeeld prijs, aard, waarde of bruikbaarheid van een artikel of dienst, waarvan zij moeten begrijpen, dat daardoor het algemeen belang of de bonafide handel geschaad of het publiek misleid kan worden of het reclamewezen gevaar kan lopen in diskrediet te geraken; dientengevolge hebben zij onder meer de aanwijzingen van het Commissariaat voor de Media, de Reclame Code Commissie en haar beroepsinstantie (het College van Beroep) en de Keuringsraad Openlijke Aanprijzing Geneesmiddelen (KOAG), de Keuringsraad Aanprijzing Gezondheidsproducten (KAG) of hun rechtsopvolgers, op te volgen.

### 22.3

Ongeacht de bepalingen van de wet zijn media-exploitanten en adverteerders gehouden zich ervoor in te spannen, dat nabootsing van verpakkingen, reclameteksten of slagzinnen van een concurrent en - in het algemeen - alle reclame, welke bij het publiek kan leiden tot verwisseling, misleiding of verwarring van soortgelijke artikelen, bedrijven of zaken, achterwege blijft.

### 22.4

Het is media-exploitanten niet toegestaan onjuiste en/of misleidende mededelingen te doen of voorstellingen te wekken over de oplage en/of het publieke bereik van hun medium of hun media, voorzover de onjuistheid respectievelijk misleidende en verwarringwekkende eigenschappen van die mededelingen hun bekend waren of redelijkerwijze bekend behoorden te zijn. Onder misleidende mededelingen in de hier bedoelde zin valt ook de mededeling omtrent het aantal met enig medium bereikte of te bereiken personen, zonder dat daarbij tegelijk het cijfermatige publieke bereik deugdelijk wordt vermeld. In publicaties en/of openbaarmakingen over de oplage en/of het publieke bereik van enig medium dient duidelijk vermeld te worden:

- a. een omschrijving van het gebezigde oplage- en/of bereiksbegrip, dan wel van een door het Bestuur aanvaard of voor het Bestuur aanvaardbaar oplage- en/of bereiksbegrip;
- b. de bron, waaraan de oplage- en/of bereiksgegevens en het oplage- en/of bereiksbegrip zijn ontleend; en
- c. indien van toepassing - de oplage of het aantal abonnees van het desbetreffende medium met vermelding van het deel der oplage of het deel van de abonnees, dat om niet wordt verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt.

Onder verwarringwekkende mededelingen omtrent de oplage en/of het publieke bereik van enig medium zijn mede begrepen mededelingen die, tenzij dit uitdrukkelijk wordt vermeld, niet of niet ten volle betrekking hebben op aantallen betreffende oplage of abonnementen, welke om baat werden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt.

## 22.5

Media-exploitanten zijn gehouden op hun briefpapier, drukwerk en in het algemeen op uitingen gericht op het totstandkomen of het doen totstandkomen van advertentie-contracten duidelijk een in het oog lopende mededeling te doen, dat alle opdrachten worden aanvaard en uitgevoerd overeenkomstig de Regelen voor het Advertentie-wezen, zoals laatstelijk vastgesteld door de Stichting ROTA en zoals gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam.

## 22.6

Media-exploitanten zijn verplicht tot geheimhouding van de hun verstrekte opdrachten tot plaatsing van advertenties, waaronder begrepen al die gegevens, welke de adverteerder en/of reclamebemiddelaar aan een media-exploitant in verband met zulk een opdracht toevertrouwt, een en ander voorzover bij of krachtens de wet of uit die opdracht zelf niet anders voortvloeit. Media-exploitanten zijn op dezelfde wijze als in de eerste volzin omschreven, verplicht van degenen, van wier werkzaamheden zij gebruikmaken bij de diensten ten behoeve van de adverteerder en/of een reclamebemiddelaar, geheimhouding te verlangen ten aanzien van al hetgeen hun bij die werkzaamheden met betrekking tot zowel de onderneming als de onderhavige opdracht van de betrokken adverteerder en/of reclamebemiddelaar ter kennis zal komen.

## **Artikel 23. Aansprakelijkheid en overmacht**

### 23.1.

Behoudens in gevallen van opzet of grove schuld aan de zijde van een media-exploitant zijn media-exploitanten voor schade, waaronder indirecte schade en gevolgschade, van welke aard ook, ontstaan door het niet, niet tijdig of onjuist plaatsen van advertenties niet verder aansprakelijk dan het bedrag, waarvoor de opdracht - respectievelijk het niet, niet tijdig of niet juist uitgevoerde deel van een opdracht - tot plaatsing van een advertentie is aangenomen.

### 23.2.

Media-exploitanten zijn niet aansprakelijk voor schade, die bij adverteerders en/of reclamebemiddelaars optreedt als gevolg van overmacht aan de zijde van de media-exploitanten,

waaronder begrepen stakingen, waardoor de plaatsing van advertenties, dan wel de verspreiding of doorgifte daarvan, geheel of gedeeltelijk wordt belemmerd of verhinderd.

#### Artikel 24. Bindend advies en bevoegde rechter

##### 24.1.

Voorzover bij de Regelen daartoe aangewezen, beslecht het Bestuur aan hem door beide partijen voorgelegde verzoeken en geschillen bij wege van bindend advies.

##### 24.2.

Tegen beslissingen van het Bestuur staat beroep open bij het College van Beroep.

##### 24.3.

Het College van Beroep beslecht de aan hem voorgelegde geschillen eveneens bij wege van bindend advies.

##### 24.4.

Ten aanzien van de behandeling van verzoeken, geschillen, klachten en beroepen door het Bestuur en het College van Beroep, zijn de bepalingen van het Klachtenreglement Advertentiewezen, het Beroepsreglement Advertentiewezen en het Reglement Erkenningen van toepassing. Op verzoek van een betrokkene worden de genoemde reglementen kosteloos door de Stichting ROTA toegezonden.

##### 24.5.

Ten aanzien van geschillen voortvloeiende uit overeenkomsten, waarop de Regelen van toepassing of mede van toepassing zijn, is de competente rechter in het arrondissement Amsterdam bevoegd.

#### **Artikel 25. Toepasselijk recht**

Op de Regelen, alsmede op overeenkomsten waarop de Regelen van toepassing zijn of mede van toepassing zijn, is het Nederlandse recht van toepassing.

#### **Artikel 26. Overgangsbepaling**

##### 26.1.

De Regelen treden in werking op 1 juli 2005. Zij vervangen de tot dat tijdstip geldende Regelen voor het Advertentiewezen en de daarbij behorende reglementen, zoals gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Amsterdam en ter griffie van de Rechtbank te Amsterdam.

##### 26.2.

Partijen bij een advertentiecontract, waarop de Regelen van toepassing zijn of mede van toepassing zijn verklaard, zijn gehouden reeds aangegane overeenkomsten, voorzover daarin onbedoeld of niet uitdrukkelijk en in schriftelijke vorm overeengekomen, wordt afgeweken van het bepaalde in de Regelen, met inachtneming van de redelijkheid en billijkheid zo spoedig mogelijk te beëindigen, ofwel aan te passen aan het bepaalde in de Regelen. Mocht om welke reden dan ook één van deze partijen daartoe niet bereid zijn of daarmee in gebreke blijven, dan is de andere partij gerechtigd daaromtrent een verzoek ter beslechting bij het Bestuur neer te leggen, zulks onverminderd het in de vorige volzin bepaalde.