

Algemeen

- Voor alle genoemde producten geldt: zolang de voorraad strekt.
- Alle genoemde bedragen zijn exclusief BTW en productiekosten.
- Campagneresultaten worden berekend en afgerekend op basis van blokkijdichtheden.
- In het mediacontract worden twee netto basisprijzen per GRP afgesproken: voor de programmeringspakketten geldt de content basisprijs en voor de tijdvak-, doelgroep- en themapakketten geldt de tijdvak basisprijs. Totdat het mediacontract voor 2020 met ons is afgesloten, geschiedt de inkoop op basis van GRP-werkprijzen. Indien het contract vóór 31 maart 2020 wordt afgesloten, vindt een cc-verrekening plaats. In het geval dat de contractprijs lager ligt dan de werkprijs, vindt de verrekening plaats op basis van de totaal behaalde GRP's. Het bedrag uit deze verrekening wordt gecompenseerd in bonuszendtijd. In het contract leggen we de prijsindex vast voor de doelgroepen die je wilt inkopen.
- De inkoopsystematiek voor spotzendtijd werkt met maand-, doelgroep-, spotlengte- en productindexen. Deze zijn voor 2020 bepaald en zijn te vinden in de TV Spot Ratecard 2020
- De marktindex per product (90-110) wordt maandelijks bepaald en gepubliceerd op advertenbijrtl.nl.
- Voor de Kidspakketten geldt een aparte marktindex (85-115)
- Voor charitatieve instellingen gelden speciale tarieven en zijn te vinden op www.adverterenbijrtl.nl/inkoopinformatie
- In het contract leggen we de prijsindex vast voor de doelgroepen die je wilt inkopen.
- Voor alle producten gelden pakketvoorwaarden. Deze voorwaarden verschillen per product en zijn terug te vinden op <http://adverterenbijrtl.nl/inkoopinformatie>

Spot- en Special Advertising

Aanvragen en indeling zendtijd Spot- en Special Advertising

- Zendtijd dient per product onder vermelding van de naam van de adverteerder en per campagne te worden aangevraagd.
- Aanvragen worden uitsluitend door ons in behandeling genomen indien het product waarvoor het wordt aangevraagd naar ons oordeel past bij de aangegeven doelgroep.
- Bij het indelen van zendtijd hanteert RTL een producthiërarchie; de inkoopvorm bepaalt de hiërarchie. De producthiërarchie geldt niet voor bonussen.
- Campagnes ingekocht met bonussen zijn te allen tijde door ons verplaatsbaar en zijn niet in te zetten als Upfront Guaranteed, Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP, Billboard Premium Pakket, Billboard Sturing GRP Pakket en Special Advertising.
- Bij capaciteitsproblemen worden week- en spotlengtedoelstellingen losgelaten.
- Bij Specifiek Fixed Budget en Specifieke GRP wordt het schema vast gezet en niet meer gewijzigd, m.u.v. wijzigingen op grond van programmering en prognoses. Blokken die worden

- aangevraagd na initiële indeling hebben geen garantie op plaatsing
- Bij contentpakketten moeten de blokken voldoen aan een selectiviteitseis t.o.v. 25-54 jaar, voor 25-54 jaar geldt een selectiviteitseis t.o.v. core doelgroep van de zenders.
- De selectiviteitseisen worden elke maand op adverterenbijrtl.nl gepubliceerd.
- Indien bij het aanvragen van een Programmering pakket de blokselectie (150%-200%) onvolledig is en/of niet voldoet aan de selectiviteitseis, wordt het pakket niet ingedeeld.
- Voor de blokselecties bij Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP en het Sturing Vast Pakket geldt dat meerdere aangevraagde blokken in hetzelfde programma op dezelfde dag als 1 aangevraagd blok worden beschouwd.
- Er mogen 4 sub periodes per pakket worden aangevraagd.
- De minimale looptijd van een sub periode is 7 dagen.
- De minimale GRP-eis geldt per sub periode.
- Voor alle producten gelden minimale GRP-voorwaarden, dit verschilt per product.
- Indien wij voor het Sturing Vast Pakket 4 dagen voor het einde van de sub periode nog geen blokselectie hebben ontvangen, boeken wij naar eigen inzicht blokken bij.
- De blokselectie van het Sturing Vast Pakket moet voldoen aan de budgetverdeling over de RTL-zenders, die maandelijks wordt gepubliceerd.
- Het uitzendschema van het Sturing Vast Pakket wordt gefixeerd na initiële indeling, maar blijft verplaatsbaar voor specifiek ingekochte zendtijd.
- Het Sturing Vast Pakket wordt ingedeeld op minimaal 4 RTL-zenders.
- Voor alle tijdvak-, doelgroep- en themapakketten behouden wij ons het recht voor om spots naar eigen inzicht te verplaatsen.

Toeslagen

- Voor het uitsluiten van een zender (maximaal 3) geldt een toeslag van 5% per zender op het netto GRP-tarief.
- Pakketten waarbij 4 of meer zenders worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifiek Fixed Budget of Specifieke GRP.
- Een kortere looptijd (<7 dagen) is alleen mogelijk door 1 tot 3 dagen uit te sluiten. Hiervoor geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief.
- Pakketten waarbij meer dan 3 dagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Indien de looptijd van een pakket langer is dan 8 dagen, bestaat de mogelijkheid om zonder toeslag een weekdag uit te sluiten. Wanneer er 2 of 3 weekdagen worden uitgesloten, geldt een toeslag van 5%. Pakketten waarbij meer dan 3 weekdagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Per pakket kunnen maximaal 3 verschillende spotlengtes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 3 spotlengtes geldt een toeslag van 5% per spotlengte op het netto GRP-tarief van het hele pakket.
- Per pakket kunnen maximaal 4 verschillende sub periodes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 4 sub periodes geldt een toeslag van 5% per sub periode op het netto GRP-tarief van het hele pakket.

Spotlengte

- De minimumlengte van een commercial bedraagt 5 seconden.
- Bij overschrijding van de geboekte spotlengte zijn wij gerechtigd de spotlengte naar boven af te ronden op het eerstvolgende vijftal en op basis hiervan het netto GRP-tarief in rekening te brengen.
- Meerlingspots: indexcorrectie is van toepassing. De spotlengtes van de basisspot en de reminders worden bij elkaar opgeteld en deze totale spotlengte wordt in rekening gebracht.
- Voor een drieling- en vierlingspot geldt de indexcorrectie met een toeslag van resp. 5% en 10% op het netto GRP-tarief.
- Indexcorrectie geldt alleen bij meerlingspots die bestaan uit een hoofdsot en een reminder. De reminder verwijst naar de hoofdsot en kan niet los worden uitgezonden.

Afrekenen campagnes

- Na afloop van de maand worden alle over- en onderscores van de bij ons ingekochte pakketten, met uitzondering van Specifieke GRP en Special Advertising, op maand- en campagneniveau met elkaar verrekend, maar nooit boven het totaal aangevraagde budget.
- Alle vormen van Special Advertising worden op campagneniveau met elkaar verrekend. Special Advertising wordt niet verrekend met Spot en Billboard GRP pakketten.
- Indien het budget of de looptijd van de oorspronkelijke aanvraag gedurende de maand wordt verlaagd of verkort, wordt het pakket afgerekend op basis van het aantal gerealiseerde GRP's maar nooit boven het totaal aangevraagde budget. Reeds geboekte pakketspots kunnen niet worden omgeboekt naar een product met een lagere productindex.
- Pakketten ingekocht in bonuszendtijd worden afgerekend op behaalde GRP's.
- Om af te rekenen per flight, dient de looptijd van de flight maand overschrijdend te zijn. Binnen deze flight worden de behaalde GRP's van de verschillende maanden met elkaar verrekend.
- Campagnes met een looptijd korter dan 7 dagen die in de volgende maand doorloopt wordt automatisch maand overschrijdend.
- Indien de starttijd van de uitzending van een reclameblok meer dan 10 minuten afwijkt van het oorspronkelijk vastgestelde tijdstip en daardoor in een tijdvak wordt uitgezonden dat een goedkopere productindex heeft, dient u ons hiervan binnen 10 werkdagen schriftelijk bericht te geven. Wij compenseren uitsluitend op uw verzoek het te veel in rekening gebrachte bedrag in bonuszendtijd.

Voorkeursposities en Best Spot

- De inkoop van een Best Spot is alleen mogelijk in combinatie met Specifiek Fixed Budget en Specifieke GRP.
- De toeslag op het GRP-tarief bedraagt: eerste positie: 25%, laatste positie: 12,5%.
- Voor een Best Spot geldt een minimum spotlengte van 15 seconden.
- RTL geeft geen garantie op uitzendtijdstip, ook niet bij inkoop van een Best Spot.
- Voor voorkeursposities buiten het mediacontract wordt een toeslag berekend op het netto GRP-tarief van de gehele spotlengte.
- Posities worden gelijkmatig over het hele tijdvak ingedeeld. Daarbij wordt rekening gehouden met een evenredige verdeling van een eerste, tweede, voorlaatste en laatste positie in het blok.

- Dit is een best effort afspraak.
- Zowel RTL als het mediabureau is verantwoordelijk voor het inzetten van voorkeursposities uit het mediacontract.
- De waarde van voorkeursposities wordt gebaseerd op gerealiseerde GRP's.
- Een betaalde voorkeurspositie krijgt voorrang op overeengekomen voorkeursposities vanuit het mediacontract.

Upfront Garanteed (Veiling)

Veilingvoorwaarden

- De gekochte GRP's moeten worden afgenomen, m.u.v. onderscores door prognoseverschillen of programmawijzigingen.
- Het geplaatste Koop nu-bod en de Buy order kan niet meer worden ingetrokken.
- Bij annulering zijn wij gerechtigd om 100% annuleringskosten plus 21% BTW in rekening te brengen.
- Bij gelijke biedingen wint degene die het bod het eerste heeft ingesteld.
- Het budget mag niet worden opgesplitst over meerdere producten/ branches/ adverteerders.
- Bij de afslag en aanvraag dient het product te worden genoemd waarvoor wordt aangevraagd.
- Opgave van de productcategorie is verplicht en kan niet worden gewijzigd.

Inkoopvoorwaarden

- De bestedingen tellen mee voor het commitment, maar staan los van de voorwaarden op de 'tariefkaart' en in het contract.
- Bij onderscores door prognoseverschillen of programmawijzigingen wordt er afgerekend op behaalde GRP's. Overscores worden niet in rekening gebracht.
- Bij Upfront Garanteed campagnes wordt het schema vast gezet en niet meer door RTL gewijzigd, m.u.v. wijzigingen op grond van programmering en prognoses. Optimalisatie van het uitzendschema bij onder- of overscores is mogelijk met de software van Media Buying Systems.
- De over- en onderscores van het veilingpakket worden niet verrekend met andere pakketten.
- Het percentage voorkeursposities zal per pakket worden vermeld in de omschrijving. Posities tellen niet mee in contractposities. De voorkeursposities worden op 1e, 2e, voorlaatste of laatste positie ingedeeld
- Spotlengte is minimaal 20 seconden.
- Meerlingspots zijn toegestaan tot een maximum van 3 spots.
- De prijs van een veilingpakket is gebaseerd op 30 seconden en doelgroep 25-54 jaar.
- Je betaalt uiteindelijk de GRP's in de door jouw gewenste en gekozen doelgroep. Het te betalen bedrag kan je makkelijk berekenen met de Rekentool op de site en staat in je aanvraagbevestiging.
- Marktindex en maandindex zijn niet van toepassing op de tarieven.
- Voor Upfront Garanteed campagnes geldt productexclusiviteit, m.u.v. de Kids veilingpakketten.
- Voor de initiële indeling is een ruime selectieve blokselectie nodig (150%).

- Upfront Guaranteed campagnes dienen tijdens de reguliere inkoopperiode van de maand bij RTL te worden aangevraagd. Bij een maand overschrijdende periode dienen er twee aanvragen te worden gedaan.
- Bij het indelen van de zendtijd hanteert RTL een producthiërarchie, een Upfront Guaranteed campagne wordt als eerste ingedeeld. Eventuele sponsoring afspraken kunnen wel voorrang hebben op dit product.
- De looptijd van de campagne moet overeenkomen met de periode die wordt aangeboden in de veiling. Indien de aangevraagde blokselectie meer dan 3 dagen afwijkt kan er geen GRP-garantie worden geboden.

Billboarding

- De spotlengte voor een billboard en breakbumper is standaard 5 seconden, uitgezonderd Premium RTL Weer Prime Time en RTL Klok waarbij een spotlengte van 10 seconden mogelijk is.
- Voor billboarding geldt een minimale content-basisprijs van € 611 en een minimale tijdvak-basisprijs van € 550.
- De programmering is op basis van actuele beschikbaarheid en aan verandering onderhevig.
- Bij het indelen van zendtijd hanteert RTL een producthiërarchie; de inkoopvorm bepaalt de hiërarchie. De producthiërarchie geldt niet voor bonussen.
- Alle vermelde uitzendtijden en data gelden onder voorbehoud van wijzigingen.
- Bij uitleveringsproblemen kunnen billboards bij passende promo's in overleg worden geplaatst.
- Om de campagne optimaal uit te kunnen plaatsen, dienen er altijd 3 versies aangeleverd te worden. (1) wordt, (2) werd, (3) en-versie)
- Alle vormen van Billboarding worden op campagneniveau met elkaar verrekend m.u.v. het Billboard Premium Pakket.
- De Billboard Premium campagne wordt ingezet bij de ingekochte programma's op alle schermen, van televisie en smartphone tot tablet om zo het programma te claimen.
- Bij het Billboard Premium Pakket is een indicatie van het te halen aantal GRP's is mogelijk, onze prognoses zijn hierbij het uitgangspunt. De GRP-indicatie is op basis van de core doelgroep van de zender.
- De video-billboards worden ingedeeld op basis van de vooraf ingeschatte aantallen impressies.
- Voor het Billboard Doelgroep Pakket (Plus) is het commercieel beleid van TV Spot van toepassing.
- Het Billboard Sturing GRP Pakket wordt ingedeeld op minimaal 4 RTL-zenders.
- Op de Ratecard Billboarding staat vermeld welke doelgroep indexen gelden voor de verschillende pakketten.
- Fillboarding is alleen in te kopen bij een minimale billboard commitment en een minimale looptijd van 3 maanden.
- Voor Fillboarding geldt een last minute inzet o.b.v. beschikbaarheid en geldt geen plaatsings- en uitlevergaranties en is geen sturing mogelijk.
- Op advertiserenbijrtl.nl zijn de spelregels en technische specificaties te vinden.

Joint promotion en/of joint advertising

- Een joint promotion en/of joint advertising is een spot waarin verschillende producten of diensten van dezelfde adverteerder worden getoond en/of genoemd.
- Er is sprake van een joint promotion/joint advertising indien:
 - o het logo van de bij-adverteerder langer dan 3 seconden wordt getoond of
 - o het logo van de bij-adverteerder prominent (beeldvullend) wordt getoond of
 - o de spot zowel een logo als gesproken tekst van de bij-adverteerder bevat of
 - o de huisstijl van de bij-adverteerder gedurende de hele spot opvallend wordt getoond of
 - o in de spot herkenbare muziek te horen is, die bij de huisstijl van de bij-adverteerder hoort;
- Het inkopen van een joint promotion en/of joint advertising is alleen toegestaan indien wij voorafgaand aan de campagne schriftelijk toestemming hebben verleend. Mocht deze melding achterwege blijven en wij gedurende de looptijd van de campagne constateren dat het een joint promotion en/of joint advertising betreft, dan wordt de toeslag met terugwerkende kracht berekend. Het storyboard of de spot dient tegelijkertijd met de aanvraag bij ons ter beoordeling aanwezig te zijn.
- RTL beslist of de spot een joint promotion en/of joint advertising betreft en of de adverteerder een joint toeslag dient te betalen.
- De toeslag voor een joint promotion en/of joint advertising is 10% op het netto GRP-tarief. Bij meerlingspots wordt de toeslag over zowel de basisspot als de reminder(s) berekend.
- Tijdens de keuring van de spot moet voor ons duidelijk zijn wie de hoofdadverteerder is en door wie de zendtijd is aangevraagd. Het onderscheid tussen hoofd- en bij-adverteerder is af te leiden aan de mate van aanwezigheid van beide partijen in de spot, het gebruik van huisstijlen en herkenbare muziek (look and feel).
- Joint promotion en/of joint advertising campagnes worden alleen geplaatst op het contract van de hoofdadverteerder.
- Retailers die adverteren met hun productassortiment, betalen geen toeslag. Het dient echter wel duidelijk te zijn dat de retailer de zendtijd aanvraagt. De spot dient dan ook de look and feel van de retailer te hebben.

Uitzendinstructies en aanlevering spots

- Het materiaal moet 1 dag voordat de campagne van start gaat, aangeleverd zijn.
- Uitzendinstructies dienen aangeleverd te worden via het Uniform Uitzend Instructieformulier (UUF).
- Tv-commercials dienen te worden aangeleverd conform de in de Technische Voorschriften gestelde eisen. Deze Technische Voorschriften zijn van toepassing op alle spotboekingen en uitzendingen van RTL Nederland en te bekijken op <http://adverterenbijrtl.nl/Adverteren/voorwaarden-en-specs>.
- Het is niet toegestaan om een (digitaal) watermerk of een ander verborgen signaal in audio, video of teletekstdata in een programma, commercial, commerciële promo of andersoortige uiting te verwerken, tenzij hiervoor expliciet toestemming aan ons is gevraagd en verkregen.

- Aanlevering van spots dient te geschieden onder vermelding van de naam van de adverteerder en de campagne.
- Als het materiaal later aangeleverd wordt, dan loopt de campagne door met het aantal dagen dat het verlaat is aangeleverd.
- Alle audiovisuele uitzendmaterialen dienen te voldoen aan de Nicam kijkwijzer normen en de vereiste kijkwijzer icoontjes bevatten die verwijzen naar de classificatie van het hoofdproduct.
- De klant blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de uiting.
- Specificaties van het aanleveren van materiaal zijn te vinden in de technische specificaties op adverterenbijrtl.nl
- Alle uitingen dienen door RTL te worden gekeurd en is te allen tijde gerechtigd om commercials te weigeren.

Kijkonderzoek

- Voor de kijkcijfers wordt de door SKO gedefinieerde currency gehanteerd inclusief gastkijkers en uitgesteld kijken.
- De door SKO gehanteerde doelgroep definities zijn bepalend. Wanneer SKO een doelgroep definitie aanpast, zal RTL deze gewijzigde definitie hanteren.
- Een overzicht van alle full- en light audit zenders vind je op adverterenbijrtl.nl

Overige voorwaarden

- In geval van een niet gepubliceerde onvoorziene uitzending van een speciaal evenement of een bijzonder programma kunnen wij de reclameblokken rondom en/of in de break(s) van de betreffende uitzending aanpassen.
- Campagnes voor voedsel of (non)alcoholische dranken zijn bij kids content niet toegestaan.
- Reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen van 7 t/m 12 jaar is alleen toegestaan wanneer deze voedingsmiddelen voldoen aan de voedingskundige criteria zoals opgenomen in de Reclamecode Voor Voedingsmiddelen. Reclame voor voedingsmiddelen gericht op kinderen tot 7 jaar is niet toegestaan.
- Alcoholadverteerders mogen niet voor 21.00 uur adverteren. Zij kunnen gebruik maken van het Promillage Pakket.
- Voor 2020 is de bruto content basisprijs gesteld op € 2.493,- per GRP en de tijdvak basisprijs op €2.155,- per GRP. Op deze basisprijzen zijn de reguliere indexen van toepassing. Dit bruto uitgangspunt is de basis voor de referentietarieven die na uitzending aan de mediabureaus worden gepubliceerd en voor de bruto televisiebestedingen die door o.a. Nielsen Media Research worden geregistreerd.
- Het is concurrerende merken van RTL slechts toegestaan te adverteren op één van de RTL-zenders na schriftelijke toestemming door RTL voorafgaand aan de campagne. Joint promotion en joint advertising van een televisiezender zijn niet toegestaan.
- Adverteerders van erotisch getinte producten kunnen bij RTL 5 en RTL 7 reclamezendtijd inkopen vanaf 23.30 uur. Daarnaast kunnen zij rondom alle erotisch getinte programma's reclamezendtijd inkopen. Voor deze adverteerders gelden aanvullende richtlijnen en te vinden op www.adverterenbijrtl.nl

- De Algemene Voorwaarden van Ad Alliance zijn van toepassing op alle spotboekingen en -uitzendingen van RTL. Deze Algemene Voorwaarden zijn te bekijken op adverterenbijrtl.nl

Annuleringen

- Indien een adverteerder zendtijd annuleert, zijn wij gerechtigd over het niet uitgevoerde deel van de geboekte zendtijd vergoedingen in rekening te brengen.
- Indien de annulering twee werkdagen of minder vóór de uitzenddatum plaatsvindt, zijn wij gerechtigd om 100% annuleringskosten plus 21% BTW, over de geannuleerde spots in rekening te brengen.
- Indien meer dan 25% van het oorspronkelijk geboekte bedrag wordt afgeboekt op adverteerniveau, zijn wij gerechtigd om 4% annuleringskosten over de geannuleerde spots in rekening te brengen. De annuleringskosten worden verhoogd met 21% BTW.
- Over annuleringen waarover reeds 100% annuleringskosten berekend zijn, worden de 4% annuleringskosten niet berekend.
- Aanvullend op deze annuleringsregeling geldt het volgende:
- Voor het vaststellen van het oorspronkelijk geboekte bedrag van de totale campagne(s) wordt het totaal aangevraagde budget van deze campagne(s) opgeteld.
- Het oorspronkelijk aangevraagde budget wordt door ons vastgesteld op de dag dat wij de initiële offertes versturen. Deze dag wordt het zogenaamde 'nulpunt' genoemd. Op adverterenbijrtl.nl staat vermeld wanneer de initiële offertes worden verstuurd.
- Een campagne die na het nulpunt wordt aangevraagd, wordt meegenomen in de beginstand en valt onder deze annuleringsregeling.
- Verschuivingen tussen campagnes zijn alleen toegestaan binnen eenzelfde adverteerder. Mocht na afloop van de maand blijken dat over de betreffende campagnes op adverteerniveau meer dan 25% is afgeboekt, dan worden de 4% annuleringskosten alsnog berekend.
- Een aangevraagde campagne die vóór het nulpunt weer wordt teruggetrokken, valt niet onder de annuleringsregeling.
- Indien door ons toedoen niet het volledige aangevraagde budget kan worden geplaatst, wordt het betreffende bedrag in mindering gebracht op het oorspronkelijk geboekte bedrag en zal dit niet als annulering worden beschouwd.
- Verschuiving van het budget naar een andere maand wordt gezien als een annulering en valt daarom onder de annuleringsregeling.
- Verlaging van het budget als gevolg van het verkorten van de spotlengte of wijziging in de programmering, wordt beschouwd als een annulering en valt daarom onder de annuleringsregeling.
- Verlaging van het budget als gevolg van:
 - o distributieproblemen van de adverteerder;
 - o uitspraken van branche- of overheidsinstanties;
 - o door adverteerder of RTL afgekeurde spots;
 - o spots die niet op tijd klaar zijn;
 - o gewijzigde strategie van de adverteerder;

- o uitstel van een campagne door de adverteerder;
- o of andere vergelijkbare oorzaken worden beschouwd als een annulering en vallen daarom onder de annuleringregeling.
- Voor billboarding gelden de volgende annuleringsregelingen:
 - o Indien de annulering meer dan 8 weken vóór de uitzenddatum plaatsvindt, zijn wij gerechtigd om 25% annuleringskosten plus 21% BTW over de geannuleerde billboards in rekening te brengen.
 - o Indien de annulering tussen de 4 tot 8 weken vóór de uitzenddatum plaatsvindt, zijn wij gerechtigd om 50% annuleringskosten plus 21% BTW over de geannuleerde billboards in rekening te brengen.
 - o Indien de annulering tussen de 2 tot 4 weken vóór de uitzenddatum plaatsvindt, zijn wij gerechtigd om 75% annuleringskosten plus 21% BTW over de geannuleerde billboards in rekening te brengen.
 - o Indien de annulering tussen de 0 tot 2 weken vóór de uitzenddatum plaatsvindt, zijn wij gerechtigd om 100% annuleringskosten plus 21% BTW over de geannuleerde billboards in rekening te brengen.