

**STANDARDE FOR ANNONCERING I BLADE TILSLUTTET**  
**DANSKE DAGBLADES FORENING**

**§ 1**      Standardernes område

Nærværende standarder gælder ved køb, salg og formidling af annoncer i blade tilsluttet DDF.

**Stk. 2.** Ved annoncering forstås indrykning af bekendtgørelser mod betaling fra bureauer eller annoncører, i det følgende kaldet ordregiver.

**§ 2**      Ansvar for indhold

Med hensyn til ansvaret for, at annoncer, der bestilles indrykket, ikke i form eller indhold strider mod gældende dansk ret, henvises til medieansvarslovens § 27.

**§ 3**      Opmåling

Opmåling af annoncer sker efter følgende regler:

Annoncer måles fra øverste til nederste punkt af satsbilledet med et tillæg på højst 2 mm over og 2 mm under satsbilledet. Dog kan annoncens mål aldrig blive større end den plads, annoncen + eventuelt ombrydningsluft optager mellem de to skillestreger eller, såfremt man ikke bruger skillestreger, halvdelen af pladsen/luften til næste annonce.

**Stk. 2.** Ved uændret genindrykning af annoncer er målet for den første indrykning gældende.

**Stk. 3.** Når annoncer er bestilt med fast mål, skal målet overholdes, hvis det er muligt med det tilsendte annoncemateriale eller manuskript. Hvis annoncen er bestilt med for lille mål, følges de normale opmålingsregler.

**Stk. 4.** Ovenstående regler gælder ikke, hvis bladet i sin prisliste har særlige regler, f.eks. standardformater, linie, ordtakst eller pulterkammerannoncer eller lignende.

**Stk. 5.** Der arbejdes ikke med specialregler for øverst/nederst i spalten eller lige over eller under rubrikhovedet på grund af varierende placering og dermed opmåling ved genindrykning.

**Stk. 6.** Øverste/nederste punkt af et satsbillede kan være over/underkant af bogstaver, rammer, logos etc.

#### **§ 4** Omtrentlige mål

Annonceordrer til bladene skal, hvis det overhovedet er muligt, være påført nøjagtige mål. Hvis en annonce er beordret med omtrentlige mål, beregnes annoncen efter bladets egen opmåling (efter reglerne i § 3).

#### **§ 5** Afvigende mål

Såfremt annoncematerialet leveres med større format end angivet i ordren, indrykkes annoncen med det mål, henholdsvis nærmeste større standardformat, materialet kræver og beregnes efter bladets egen opmåling (efter reglerne i § 3).

#### **§ 6** Standardordreseddel

For annoncering skal anvendes en af DDF, DMU og DRB udarbejdet standardordreseddel i overensstemmelse med de aftalte retningslinier herfor.

§ 7 Prislisteændringer

Af hensyn til mediaplanlægningen skal dagbladene ved prislisteændringer, så vidt muligt senest 3 uger før ændringen træder i kraft, offentliggøre de nye priser.

§ 8 Bladets ansvar

Bladene påtager sig intet ansvar for fejl i annoncer, som er indrykket i overensstemmelse med bestillerens angivelser, ej heller for materiale modtaget fra andre blade.

§ 9 Reklamationer

Reklamationer vedrørende fejl i indrykkede annoncer må fremsættes omgående og være bladet i hænde senest 5 dage efter annoncens indrykning. Trykkes en annonce flere gange med samme fejl, uden at bladet modtager reklamation, ydes eventuel godtgørelse kun for den første indrykning.

§ 10 Rettelse og standsning

Rettelse og standsning vedrørende indrykningsdage eller annoncetekst må indgives skriftligt inden for samme frister, som gælder for nye annoncer.

§ 11 Flytning og udskydelse

Bladene forbeholder sig ret til at flytte særplacerede annoncer til en anden placering end den bestilte, hvis forholdene nødvendiggør det.

**Stk. 2.** Eventuel anden placering end den på ordresedlen anførte beregnes efter den opnåede placering, dog således at denne aldrig kan blive dyrere end den bestilte. Forlanges en bestemt placering overholdt, må der efter placeringsangivelsen på ordresedlen anføres "eller udskydes".

§ 12 Afvisning af annoncer

Bladet forbeholder sig ret til at afvise annoncer, der strider mod bladets interesser.

**Stk. 2.** Annonceordrer, til hvilke der er knyttet betingelser om tekstomtale, afvises.

§ 13 Forvekslelige annoncer

Enhver annonce, som efter bladets skøn kan forveksles med den redaktionelle tekst, skal for ordregivers regning øverst forsynes med ordet "Annonce" ovenover en streg i hele annoncens bredde efter følgende regler, der betragtes som minimum:

1-2 spalter: 10 punkt skriftgrad, fede versaler

3-4 spalter: 14 punkt skriftgrad, fede versaler

5-8 spalter: 18 punkt skriftgrad, fede versaler.

**Stk. 2.** Annoncer, der kan forveksles med tekst, må ikke forsynes med "Medarbejder-signatur".

§ 14 Annoncereglement

Angående annoncepriser, materialepris og særlige samhandelsregler, rabatter m.v. henvises til de enkelte blades prislister og annoncerelementer.

København, den 29. februar 2000

For  
Danske Dagblades Forening:

For  
Danske Reklamebureauers  
Brancheforening:

23. februar 2000

JMP/nd/114759/37982