

Reclamecode voor het Aanbieden van SMS-Diensten

Uitgangspunt

Het doel van deze Bijzondere Reclamecode is om duidelijke criteria te stellen aan de reclame voor SMS-Diensten¹ teneinde misleiding bij de eindgebruikers over de aard en prijs van de diensten te voorkomen².

Artikel 1 Toepassing

- 1.1. Deze Bijzondere Reclamecode is gebaseerd op de reclameregels genoemd in de Code of Conduct SMS-Dienstverlening. Reclame voor SMS-Diensten is, onverminderd hetgeen verder in het algemene gedeelte van de Reclame Code, de Kinder en Jeugd Code en de Code of Conduct SMS-Dienstverlening is bepaald, onderworpen aan deze Bijzondere Reclame Code.
- 1.2. Deze Reclamecode voor het aanbieden van SMS-Diensten is van toepassing op reclame voor SMS diensten afkomstig van Aanbieders SMS-Diensten specifiek gericht op Nederland.
- 1.3. SMS berichten die volgen op het aanmelden voor een SMS-dienst en die zien op de relatie met de Eindgebruiker en geen (nieuwe) aanprijzing van producten of diensten bevatten, vallen niet onder het begrip reclame³.

Artikel 2 Definities⁴

In deze Code wordt volstaan onder:

SMS-Diensten	Het aanbieden van éénmalige SMS-Diensten en/of Abonnementsdiensten
Abonnementsdienst	Het ontvangen van meer dan één SMS reversed charged bericht per initiatie van de Eindgebruiker en die betrekking hebben op één dienst
SMS reversed charged bericht	Een door Eindgebruiker ontvangen SMS bericht waarvoor door de operators of

¹ Voorbeelden van SMS-Diensten zijn ringtones, realtones, wallpapers, sounds, games, quizzes, full track muziek en tekst diensten (zoals bijvoorbeeld horoscopen en grappen) voor op de mobiele telefoon. De code ziet niet alleen op het aanbieden via advertenties, maar ook op de wijze waarop SMS-Diensten worden aangeboden op internetsites, waaronder webwinkels.

² Deze code bestaat naast de reeds bestaande Code of Conduct SMS-Dienstverlening, die onderdeel uit maakt van de Gedragscode Operators en Service Providers voor SMS-Diensten zoals laatstelijk gewijzigd gedurende januari 2008. De Code of Conduct bepaalt dat de Reclamecode voor het aanbieden van SMS-Diensten moet worden gevolgd.

³ De RCC heeft in de uitspraak van 4 juli 2007 in dossier 07.0299 beslist dat voor zover een SMS-bericht geen aanprijzing van goederen of diensten bevat, geen sprake is van reclame.

⁴ Bij de definities is zoveel mogelijk aangesloten bij de definities in de Gedragscode Operators en Service providers voor SMS-Diensten.

service provider namens de Aanbieder van de SMS-Dienst kosten in rekening worden gebracht bij deze Eindgebruiker

Eindgebruiker

Gebruiker van een vaste of mobiele aansluiting waarmee SMS-Diensten kunnen worden afgenomen

Aanbieder SMS-Diensten

Degene die zijn SMS-Diensten daadwerkelijk aan de Eindgebruiker aanbiedt en voor dat doeleinde promoot en voor het leveren van de SMS-Dienst een relatie aangaat met de Eindgebruiker

Aanmeldschermb

Het scherm dat op de computer verschijnt na het aanklikken van een banner of een pop-up op een webpagina of na het aanklikken van een dienst of product op een winkel en de Eindgebruiker in staat stelt om een aankoop te doen en daartoe een antwoord- of bestelmechanisme bevat

Affiliates

Een derde onderneming, niet zijnde de Aanbieder SMS-Diensten, die adverteert voor de SMS-Diensten van de Aanbieder⁵

Artikel 3 Misleiding

Reclame voor SMS-Diensten mag geen mededelingen, afbeeldingen, suggesties of omissies bevatten waardoor de Eindgebruiker misleid kan worden over de aard en kenmerken van de aangeboden diensten en producten, de prijs en de wijze van berekening daarvan.

Artikel 4 Minimumeisen

4.1 Indien een aanmeldschermb volledig voldoet aan het template zoals opgenomen in Bijlage 1 bij deze Code en volledig zichtbaar is in het computerschermb⁶, geldt het aanmeldschermb als in overeenstemming met de

⁵ Een affiliate is een in de internet wereld gebruikelijk benaming voor een derde die er voor kiest om zelf te adverteren voor de producten van een ander. De affiliate heeft een overeenkomst met de Aanbieder van SMS-Diensten of zijn mediabureau of media-agent heeft een overeenkomst met de Aanbieder van SMS-Diensten en bepaalt zelf hoe en waar hij adverteert voor de diensten van de Aanbieder van SMS-Diensten.

⁶ Volledig zichtbaar betekent dat het gehele scherm, inclusief alle voorwaarden direct zichtbaar is op het computerschermb. Uitsluitend indien het aanmeldschermb op bepaalde computers als gevolg van de resolutie van de computer en/of de gebruikte internet browser niet helemaal zichtbaar is en de Eindgebruiker voor het beeld van het gehele scherm naar beneden moet scrollen, terwijl de Aanbieder van SMS-Diensten gebruik heeft gemaakt van de meest gangbare resolutiestandaard, kan het niet geheel zichtbaar zijn van het aanmeldschermb de Aanbieder van SMS-Diensten niet worden aangerekend. Zie hiervoor de uitspraak van de RCC van 4 juli 2007 in dossier 07.0299.

eisen van deze Code en de Code of Conduct SMS-Dienstverlening en wordt het aanmeldscrem niet als misleidend beschouwd.

4.2 In geval voor een aanmeldscrem geen gebruik wordt gemaakt van het template in Bijlage 1, zal het aanmeldscrem tenminste op duidelijk leesbare en ondubbelzinnige wijze en volledig zichtbaar in het computerscrem⁷ de volgende informatie dienen te bevatten:

- a. Indien het een abonnementsdienst betreft, de vermelding dat het een betaalde abonnementsdienst betreft⁸;
- b. Uitleg over hoe het abonnement kan worden gestopt;
- c. De voornaamste kenmerken van het product;
- d. Prijsindicatie per content item en content frequentie per week;
- e. Indien niet wordt voldaan aan artikel 4.2.d dan geldt een prijsindicatie van de dienst per dag, week of maand en het aantal te ontvangen content items;
- f. Minimale leeftijd;
- g. Naam van de aanbieder en postadres waar deze bereikbaar is;
- h. Verwijzing naar leveringsvoorwaarden en vermelding waar deze zijn te vinden;
- i. Contact gegevens klantenservice.

Voorts geldt dat de vermelding in de titel van het aanmeldscrem dat het een abonnementsdienst betreft nooit kleiner mag zijn dan 33% van de rest van de tekst in de titel zoals weergegeven in veld 2 en 3 in de template zoals opgenomen in Bijlage 1 bij deze Code. Tevens geldt dat het aanmeldscrem altijd de balk met subscriptie informatie moet bevatten zoals weergegeven in veld 7 in de template zoals opgenomen in Bijlage 1 bij deze Code.

4.3 Indien een reclame-uiting bestaat uit verschillende, elkaar opvolgende schermen zal het scherm waarop de consument zijn mobiele nummer moet invullen worden beschouwd als het aanmeldscrem en derhalve zal dit scherm moeten voldoen aan de eisen opgenomen in artikel 4.2.

4.4 In geval van gebruik van een banner, link of pop-up dient het eerste scherm dat zichtbaar wordt na het aanklikken van de banner, link of pop-up als aanmeldscrem en het aanmeldscrem dient te voldoen aan de eisen in dit artikel 4.⁹

4.5 Een reclame-uiting in print dient altijd tenminste te voldoen aan de eisen zoals genoemd in artikel 4.2.

4.6 Artikel 4.5 is niet van toepassing voor tekst of regeladvertenties welke bestaan uit maximaal 5 regels tekst in print. De tekst en regeladvertenties moeten minimaal voldoen aan artikel 4.2.a, 4.2.c, 4.2.d en 4.2.e

⁷ Ook hierbij geldt hetgeen is opgemerkt in voetnoot 6.

⁸ Een abonnementsdienst kan niet worden verhuld door te stellen dat het gaat om een lidmaatschap of aansluiting bij een club. In alle gevallen waarbij de aankoop of de aan te gane relatie aanbieder SMS-Dienst/Eindgebruiker niet beperkt is tot de enkele aankoop van één SMS-Dienst zoals één ringtone of één game, maar bestaat een langdurige(r) relatie dient de Aanbieder van de SMS-Dienst de Eindgebruiker op ondubbelzinnige en duidelijke wijze te wijzen op dat langdurige(r) karakter en de daarmee gepaard gaande (terugkerende) kosten.

⁹ De eventuele banner, link of pop-up in deze zin stellen de consument/Eindgebruiker niet in staat om een aankoop te doen en zijn op zich geen uitnodiging tot aankoop. Er is bij de enkele banner, link of pop-up nog geen sprake van een antwoord- of bestelmechanisme of een situatie waarin de consument/Eindgebruiker tot een transactie kan overgaan. Dit is pas het geval bij het aanmeldscrem dat in beeld komt bij het aanklikken van de banners, links of pop-ups (zie verder ook artikel 4.4). De gegevens vermeld in artikel 4.2 behoeven derhalve niet te worden opgenomen in de banner zelf.

- 4.7 Een TV commercial dient tenminste te voldoen aan de eisen zoals opgenomen in Bijlage 2 bij deze Code.
- 4.8 Bij het vermelden van de prijs in reclame mag geen gebruik worden gemaakt van afkortingen.
- 4.9 Indien bij het aanmelden voor een abonnementsdienst een deel van de dienst of een product gratis wordt aangeboden, mag de Aanbieder van SMS-Diensten daar de aandacht op vestigen op voorwaarde dat in de nabijheid van het woord 'gratis' op duidelijke wijze en in een goed leesbaar lettertype dat in redelijke verhouding staat tot de omvang van het lettertype van het woord 'gratis' wordt vermeld dat de dienst of het product gratis is bij het nemen van een abonnement.

Artikel 5 Affiliates

Aanbieders van SMS-Diensten zijn niet verantwoordelijk voor reclame geplaatst door hun Affiliates, alleen de Affiliates zelf kunnen worden aangesproken op door hen geplaatste reclame¹⁰. De Aanbieders van SMS-Diensten zijn verplicht om hun Affiliates op te leggen deze Code en de Gedragscode Operators en Service Providers voor SMS-Diensten na te leven¹¹, alsmede de affiliates te voorzien van deze Code en de Gedragscode Operators en Service Providers voor SMS-Diensten. Indien de Reclame Code Commissie en, in geval van beroep, het College van Beroep heeft geconstateerd dat een Affiliate deze Code heeft overtreden, zal de Aanbieder van SMS-Diensten de contractuele relatie met de desbetreffende Affiliate verbreken en de Affiliate verbieden om nog langer reclame te maken voor de SMS-Diensten van de Aanbieder. Ook andere Aanbieders van SMS-Diensten zullen de desbetreffende Affiliate dienen uit te sluiten.

Artikel 6 Klachten

- 6.1 Iedere Eindgebruiker die meent dat een reclame-uiting van een Aanbieder van SMS-Diensten in strijd is met de Code, kan hiervoor schriftelijk of per e-mail een klacht indienen bij de SMS-Dienstverlener. De SMS-Dienstverlener is gehouden de klacht te onderzoeken en de Klager binnen 2 weken te informeren omtrent de uitkomst van dit onderzoek.
- 6.2 De Eindgebruiker die niet binnen 2 weken is geïnformeerd of die de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan vervolgens een klacht indienen bij de Stichting Reclame Code, overeenkomstig de statuten en reglementen van deze Stichting.
- 6.3 De Eindgebruiker kan zich ook direct tot de Stichting Reclame Code wenden.

Artikel 7 Informatie over de Code

Voor meer informatie over deze Code kan contact worden opgenomen met de Stichting Reclame Code. Voor meer informatie over de Gedragscode Operators en

¹⁰ Dit is alleen anders als de Aanbieder van SMS-Diensten de inhoud van de reclame-uiting en de wijze van plaatsen mede heeft bepaald.

¹¹ De zelfde verplichting is opgenomen in de Gedragscode Operators en Service Providers voor SMS-Diensten.

Service Providers voor SMS-Diensten en de bijbehorende Code of Conduct SMS-Dienstverlening kan contact opgenomen worden met de Stichting SMS Gedragscode.

Artikel 8 Inwerkingtreding

- 8.1 Deze Code treedt per 1 maart 2008 in werking.
- 8.2 Deze Code is voor twee jaren vastgesteld en wordt in beginsel steeds verlengd met een periode van twee jaren. Aan het eind van iedere twee jaarlijkse periode zal de Code worden geëvalueerd en waar nodig worden bijgesteld.
- 8.3 Aanbieders van SMS-Diensten kunnen in hun reclame aangeven dat zij werken conform deze Code.

Bijlage 1 Reclamecode voor het Aanbieden SMS-Diensten

Template Internet Aanmeldscherf

The diagram shows a rectangular form template divided into several sections, each labeled with a number in a circle:

- 1 Advertentie benoeming**: Located in the top right corner.
- 2 Subscriptie Titel**: Located below section 1.
- 3 Titel**: Located below section 2.
- 4 Artwork**: A large rectangular area on the left side.
- 5 Call to action**: A rectangular area on the right side.
- 6 Minimale Leeftijd**: Located at the bottom of the right side area.
- 7 Subscriptie Info**: A horizontal bar at the bottom left.
- 8 Voorwaarden**: A horizontal bar at the bottom center.
- 9 Additionele Informatie Links**: A horizontal bar at the bottom right.

🔗 Advertentie benoeming

In het geval het aanmeldscherf te zien is op of via een banner geplaatst op een site gericht op kinderen of jeugdigen, moet hier de vermelding komen te staan (**advertentie**) of (**reclame**).

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

Kleurstelling: er dient een duidelijk contrast te zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de minimale leeftijd duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

🔗 Subscriptie Titel

Deze is verplicht en moet minimaal als volgt omschreven worden:

[**Abonneer nu...**of **Neem nu een abonnement** gevolgd door een eventuele wervings-tekst].

Font: Variabel Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), en in ieder geval **niet kleiner** dan 33% van de font grootte van de Titel (punt 📏).

Bijvoorbeeld: als Titel (punt 📏) 75 PTS/72 DPI groot is, dan moet de Subscriptie Titel (punt 📏) minimaal 25 PTS/72 DPI groot zijn.

PTS= points (punten)

DPI= dots per inch

Kleurstelling: er moet een duidelijk contrast zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de subscriptie titel duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

✍ Titel

Dit kan zijn de beschrijving van het product, de merknaam en/of de verkoopactie (korting of gratis). Uiteraard kan de titel ook een combinatie zijn van de verschillende termen (product+merk+incentive). Het font en de font grootte kunnen variabel zijn, maar de letter grootte binnen het font dient wel voor de gehele titel gelijk te zijn.

✍ Artwork

Hiermee wordt het materiaal bedoeld dat visueel de campagne ondersteunt en dat bestaat uit de product naam, product illustratie en de product beschrijving. Deze kan links of rechts van de Call to action worden geplaatst.

✍ Call to action

Dit is de tekst met de actie die is vereist om het product te bestellen dan wel om productinformatie te ontvangen. De Call to action kan links of rechts van het Artwork worden geplaatst.

- ✍ 1. Dit kan een voorbeeld of sample van het product zijn
- ✍ 2. De eindgebruiker dient hier zijn 06-nummer in te vullen
- ✍ 3. Bevestigen door op versturen te drukken

✍ Minimale leeftijd

Hier dient te worden vermeld wat de minimale leeftijdseis is. De eis moet middels de volgende zin worden aangegeven: **Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders**

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

Kleurstelling: er dient een duidelijk contrast te zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de minimale leeftijd duidelijk te lezen is (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

✍ Subscriptie informatie:

Deze informatie moet minimaal de volgende gegevens omvatten:

- ✍ 1. Indien het een abonnementsdienst is, dient dit op de volgende manier weergegeven te worden: Dit is een betaalde abonnementsdienst.
- ✍ 2. Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden (Stoppen? Sms STOP).
- ✍ 3. Prijsindicatie per content item en content frequentie per week (€ 3,00 per item + sms downloadkosten. 3 items per week).
- ✍ 4. Indien niet wordt voldaan aan 7.3 dan geldt een prijsindicatie van de dienst per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items).

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI).

Kleurstelling: Informatie moet in witte letters op een zwarte achtergrond vermeld worden.

Tussen tekst bij 7 en de tekstblokken 8 en 9 die daarop volgen mag slechts 1 witregel zitten. Ook tussen de tekst van 8 en 9 zelf mag slechts 1 witregel zitten.

✍ Voorwaarden:

Hier moeten de belangrijkste voorwaarden worden vermeld die van toepassing zijn op de dienst.

De belangrijkste voorwaarden zijn in ieder geval:

- ✍ 1. Het betreft wel of niet een abonnementsdienst.
- ✍ 2. Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden. (Stoppen? Sms STOP naar 'shortcode').
- ✍ 3. Prijsindicatie per content item en content frequentie per week (€ 3,00 per item + sms downloadkosten. 3 items per week).
- ✍ 4. Indien niet wordt voldaan aan 8.3 dan geldt een prijsindicatie van de dienst per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items).
- ✍ 5. Minimale leeftijd.
- ✍ 6. Naam en postadres van de juridische entiteit van de aanbieder van de dienst(en).

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI).

Kleurstelling: Informatie moet in zwarte letters op een witte achtergrond vermeld worden.

✍ Additionele informatie links:

Dit zijn links c.q. verwijzingen naar extra informatie m.b.t. de aangeboden dienst.

Hier moeten tenminste informatie links worden opgenomen over:

- ✍ 1. Geschikte toestellen voor de dienst
- ✍ 2. Algemene voorwaarden / Specifieke voorwaarden etc.
- ✍ 3. Contact gegevens (telefoongegevens en emailgegevens van de klantenservice afdeling van de aanbieder)
- ✍ 4. Mobile Guardian

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI).

Kleurstelling: Informatie moet in zwarte letters op een witte achtergrond vermeld worden.

De voorwaarden zoals hierboven genoemd zijn uitgewerkt in het navolgende voorbeeld:

1 Advertentie

2 SUBSCRIPTIE TITEL

3 PRODUKT TITEL

4 PRODUKT NAAM

5 LUISTER HIER

PLAY

VUL JE NUMMER IN

KLIK OP VERSTUUR

VERSTUUR

6 Ben je jonger dan 16? vraag toestemming aan je ouders.

7 Eerste item is gratis*. Dit is een betaalde abonnementsdienst. Stoppen? sms stop. € 3,00 per item. Max 3 items per week.

8 * Dit is een abonnementsdienst, de eerste realtone is gratis. De kosten bedragen 3 euro per download (+ sms downloadkosten), er zijn 3 downloads per week. Stoppen? Stuur STOP naar XXXX. Aanmelden kan alleen als je 16 jaar of ouder bent of toestemming hebt van een ouder (of voogd.). Op deze dienst zijn de leveringsvoorwaarden van XXXX van toepassing. Aanmelden voor de dienst betekent acceptatie van deze voorwaarden. XXXX werkt volgens de Nederlandse Gedragscode SMS-Dienstverlening.

9 [Geschikte toestellen](#) | [Leveringsvoorwaarden](#) | [Privacy beleid](#) | [Copyright beleid](#) | [Contact](#) | [SMS-diensten Filter](#)

Samenvatting van de minimale Pixels en verplichte Fonts:

NR 1. Advertentie benoeming:

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 2. Subscriptie Titel:

Font: Variabel Minimale Font grootte: (20.0 PTS/72 DPI), verder afhankelijk van grootte font Titel, te weten in ieder geval **niet kleiner** dan 33% van de font-grootte van de Titel

NR 3. Titel:

Font: Variabel Font grootte: Variabel. Lettergrootte moet wel altijd één geheel zijn en mag binnen de Titel niet verschillen

NR 6. Minimale leeftijd:

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 7. Subscriptie informatie:

Font: Frutiger Roman Minimale Font grootte: (14.0 PTS/72DPI)

NR 8. Voorwaarden:

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI)

NR 9. Additionele informatie links:

Font: Verdana Regular Minimale Font grootte (10.0 PTS/72DPI)

PTS = Points (punten)

DPI = Dots per inch

Bijlage 2 Reclamecode voor Aanbieden van SMS-Diensten

Template TV Commercial

1. Format van TV commercials

Ten einde te bewerkstelligen dat de voorwaarden genoemd onder 2. duidelijk leesbaar zijn, ongeacht wijze van uitzending en zender, dienen commercials in het juiste format (16:9 of 4:3) aangeleverd te worden bij de TV zenders. De uitzendstraat van de zender bepaalt het aan te leveren format. Als een zender commercials in 16:9 uitzendt, dient de commercial bij die zender in 16:9 aangeleverd te worden. Als een zender commercials in 4:3 uitzendt, dient de commercial bij die zender in 4:3 aangeleverd te worden. Het is niet toegestaan om 16:9 commercials bij een zender aan te leveren die in 4:3 uitzendt en andersom.

2. Kleurstelling tekst voorwaarden van TV commercials

Er moet een duidelijk contrast zijn tussen de achtergrondkleur en de font-kleur opdat de tekst voorwaarden duidelijk te lezen zijn (geel op oranje, blauw op groen, grijs op zwart, lichtblauw op donkerblauw etc. is niet toegestaan).

3.1. Vermelding tekst voorwaarden

Een TV commercial moet minimaal gedurende 2/3 deel van de commercial op goed leesbare wijze de tekst voorwaarden in beeld hebben met daarin tenminste de volgende informatie:

- ✍ 1. (indien van toepassing) Het betreft een abonnementsdienst (Dit is een onderdeel van een abonnementsdienst).
- ✍ 2. Uitleg over hoe het abonnement gestopt kan worden (Afmelden? Sms [kw] STOP).
- ✍ 3. Verwijzing naar een website voor nadere informatie (Info? www.zzzz.nl).
- ✍ 4. Prijsindicatie per content item en content frequentie per week (€ 3,00 per item + sms downloadkosten. 3 items per week).
- ✍ 5. Indien niet wordt voldaan aan 2.4 dan geldt een prijsindicatie van de dienst per dag, per week of per maand en het aantal te ontvangen content items (bijvoorbeeld: € 6,00 per week, 3 items).
- ✍ 6. Minimale leeftijd (Ben je jonger dan 16? Vraag toestemming aan je ouders).

Ten aanzien van de grootte van de tekst voorwaarden gelden de volgende regels:

Voor 4:3 format commercials:

- Duidelijk leesbaar Font: bijvoorbeeld ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 16 pixels
- Ruimte tussen de regels (Leading) moet minimaal zijn: 20
- Ruimte tussen de letters (Tracking) moet minimaal zijn: 0

Voor 16:9 format commercials:

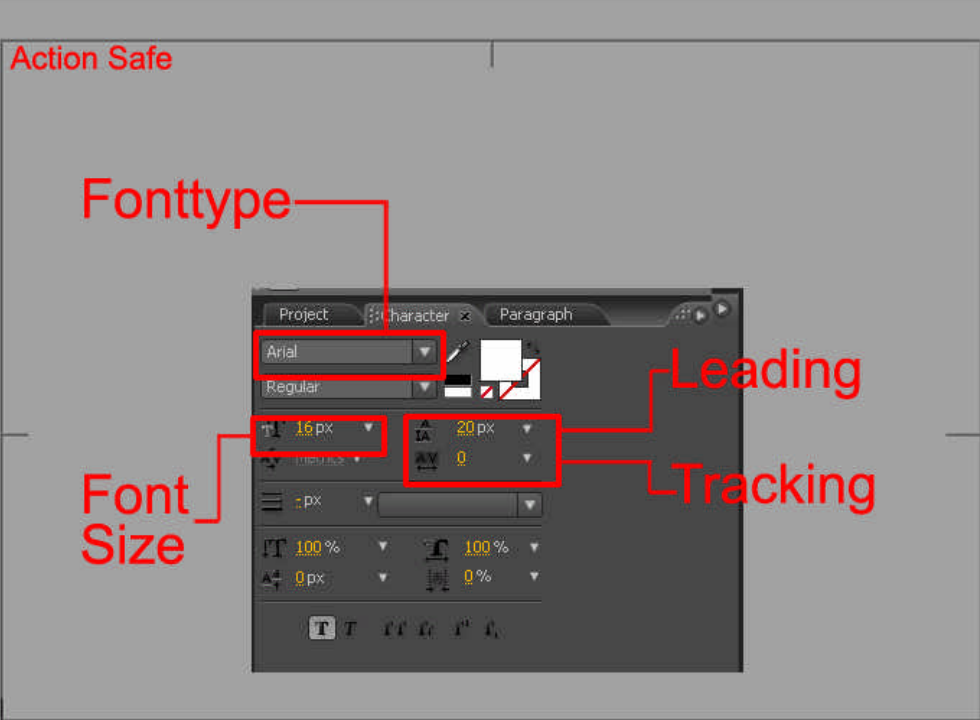
- Duidelijk leesbaar Font: bijvoorbeeld ARIAL REGULAR
- Minimale font-size moet zijn: 17 pixels
- Ruimte tussen de regels (Leading) moet minimaal zijn: 20
- Ruimte tussen de letters (Tracking) moet minimaal zijn: 0

Bovenstaande regels zijn uitgewerkt in de volgende voorbeelden:

Voor 4:3

PAL D1/DV 4:3

Action Safe



Fonttype

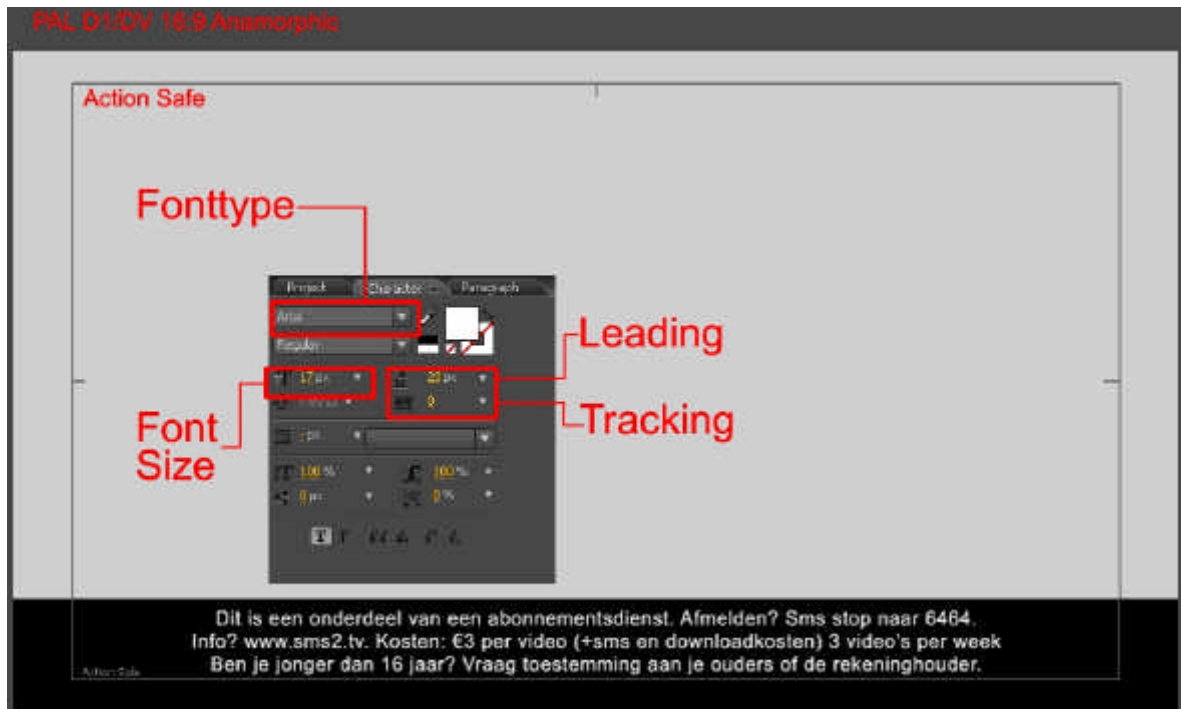
Font Size

Leading

Tracking

Dit is een onderdeel van een abonnementsdienst. Afmelden? Sms stop naar 6464.
Info? www.sms2.tv. Kosten: €3 per tone (+sms en downloadkosten) 3 tones per week
Ben je jonger dan 16 jaar? Vraag toestemming aan je ouders of de rekeninghouder.

Voor 16:9



3.2. Specifieke tekst voorwaarden voor Adult-Chat diensten op TV

Aanvullend op artikel 3.1 geldt de extra toevoeging: fictieve profielen – geen fysieke afspraken mogelijk. Door deze extra tekst toevoeging geldt voor alle tekst voorwaarden van Adult-Chat diensten een minimale toegestane lettergrootte 13 en lettertype Tahoma.