

Richtlijnen erotiek 2026

Inhoudsopgave

Richtlijnen Inkoop	2
Richtlijn commercials, Billboards en overige TV-uitingen en online/digitale uitingen	2
1. Algemeen	2
2. Inhoudelijke richtlijnen	2
3. Handhaving.....	3

Media bereikt een breed publiek, waaronder jongeren en kwetsbare groepen en Ad Alliance B.V. (Ad Alliance) neemt daarin haar maatschappelijke verantwoordelijkheid. Daarom gelden voor reclame met erotiek, erotisch aanverwante, seksueel getinte, erotiek stimulerende of van suggestieve aard, aanvullende richtlijnen. Deze richtlijnen gelden in aanvulling op de toepasselijke wet- en regelgeving, inclusief de Mediawet 2008, de Nederlandse Reclame Code (NRC) en besluiten van de Reclame Code Commissie (RCC).

- Voor campagnes van erotisch getinte producten gelden aanvullende richtlijnen en kunnen alleen worden inkocht na overleg met en na akkoord van Ad Alliance
- Escortbureaus en aanverwante seksuele service aanbieders zoals erotische chatlijnen worden niet geaccepteerd
- Adverteerders binnen de erotiekbranche niet behorende tot bovenstaande categorieën, producten of merken worden per case beoordeeld.
- Onderstaande standaard richtlijnen zijn van toepassing. Te allen tijde hebben de zenders binnen het Ad Alliance portfolio het recht een campagne en/of een specifieke commercial te weigeren.

Richtlijnen Inkoop

- Materiaal dient passend te zijn bij de identiteit van de zender, de programma's en het beoogde kijkerspubliek. Materiaal kan hierdoor worden uitgesloten van zenders en/of programmering.
- Materiaal wordt niet eerder uitgezonden of gepubliceerd dan 21:00 uur (eventuele toeslagen zijn van toepassing). Een later tijdstip kan door Ad Alliance worden bepaald na interne check.
- Materiaal wordt niet uitgezonden of gepubliceerd op RTL4, op kids-zenders en kinderwebsites/platformen of bij familieprogrammering
- Afhankelijk van campagne/product/commercial kunnen deze restricties verder verscherpt worden.

Richtlijn commercials, Billboards en overige TV-uitingen en online/digitale uitingen

1. Algemeen

1.1 Deze richtlijn is van toepassing op commercials, Billboards en overige TV-uitingen en online/digitale uitingen.

1.2 De aanbieder van de Uitingen (Adverteerder) blijft te allen tijde verantwoordelijk voor de inhoud van de Uiting en de in de Uiting aangeboden diensten.

1.3 Deze richtlijn geldt in aanvulling op reeds overeengekomen voorwaarden tussen de Adverteerder en Ad Alliance en/of RTL Media Nederland Services S.A., alsmede haar groepsvennootschappen hierna gezamenlijk aangeduid als RTL. Hieronder wordt onder meer begrepen de overeenkomst tussen de Adverteerder en Ad Alliance de Algemene Voorwaarden van Ad Alliance, alsmede eventuele overige richtlijnen van RTL.

1.4 Deze richtlijn geldt tevens in aanvulling op de toepasselijke wet- en regelgeving, inclusief zelfregulering waaronder begrepen de Nederlandse Reclame Code.

2. Inhoudelijke richtlijnen

2.1 Materiaal wordt altijd intern getoetst aan de gangbare maatschappelijke normen, 'goed fatsoen en smaak' en strijdigheid met de goede zeden, waaronder:

- Is er sprake van aanstootgevend naakt
- Is er sprake van sensuele of insinuerende geluiden
- Welke associatie roept de commercial op

- Wat is de mate van 'jeugdigheid'

2.2 Het is Adverteerder niet toegestaan in de Uiting de volgende beelden op te nemen:

- Beelden onder de gordel, met uitzondering van het tonen van billen.
- Beelden van meerdere vrouwen en/of mannen die elkaar betasten, zowel boven als onder de gordel.
- Beelden van attributen waarmee handelingen worden verricht.
- Beelden van seks met minderjarigen.
- Beelden van seks met dieren.
- Beelden van gewelddadige seks.
- Overige beelden die in strijd zijn met de fatsoensnormen dan wel de algemeen geldende maatschappelijke betamelijkheidsnormen.

2.3 Het is Adverteerder niet toegestaan in de uiting het volgende taalgebruik op te nemen:

- Grove en mensonterende aanduidingen van seksuele handelingen, in welke taal ook.
- Impliciete dan wel expliciete aanduidingen van seksuele handelingen, in welke taal ook.
- Aanduidingen in relatie tot de hierboven in punt 2.2 genoemde niet toegestane beelden, waaronder bijvoorbeeld verwijzing naar minderjarigen.
- Het gebruik van woorden als: geil, wijf, pijpen, neuken, piepjonge meiden en/of andere woorden en woordcombinaties die in strijd zijn met de fatsoensnormen dan wel de algemeen geldende maatschappelijke betamelijkheidsnormen.

3. Handhaving

3.1 De Adverteerder garandeert deze richtlijn ten alle tijde na te leven en vrijwaart RTL voor eventuele aanspraken van derde partijen en daaruit voortvloeiende kosten- en/of schadevergoeding.

3.2 De Adverteerder zal de Uiting minimaal 3 werkdagen (voor de aanleverdeadline) start campagne aanleveren ter beoordeling (inclusief online/digitale uitingen).

3.3 Indien een Uiting niet voldoet aan de hierboven gestelde richtlijnen, dan zal de betreffende Uiting worden geweigerd en derhalve niet worden uitgezonden of gepubliceerd.

3.4 Op verzoek van Ad Alliance zal de Adverteerder de Uiting conform het verzoek van Ad Alliance wijzigen. Een en ander laat onverlet dat de Adverteerder geheel verantwoordelijk blijft voor de Uiting.

3.5 Ad Alliance is niet aansprakelijk voor additionele kosten en/of (gevolg)schade, die voortvloeit uit een aanpassing en/of weigering zoals beschreven in punt 3.3 en 3.4.

3.6 Ad Alliance behoudt zich het recht voor om bovenstaande richtlijnen te allen tijde aan te passen.