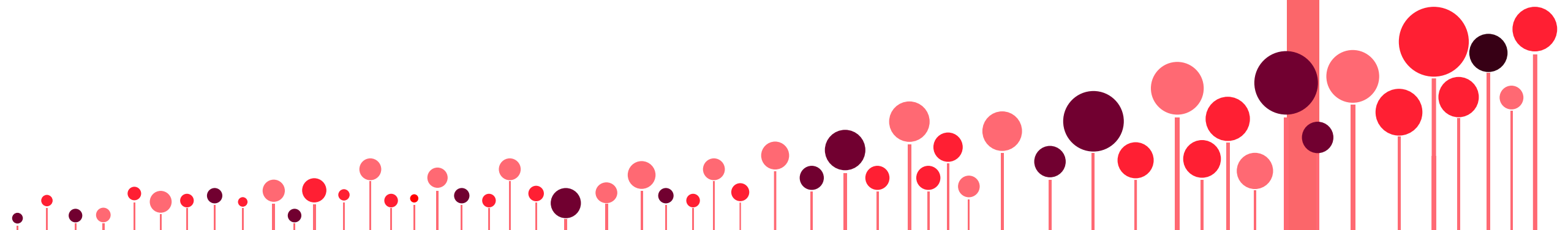
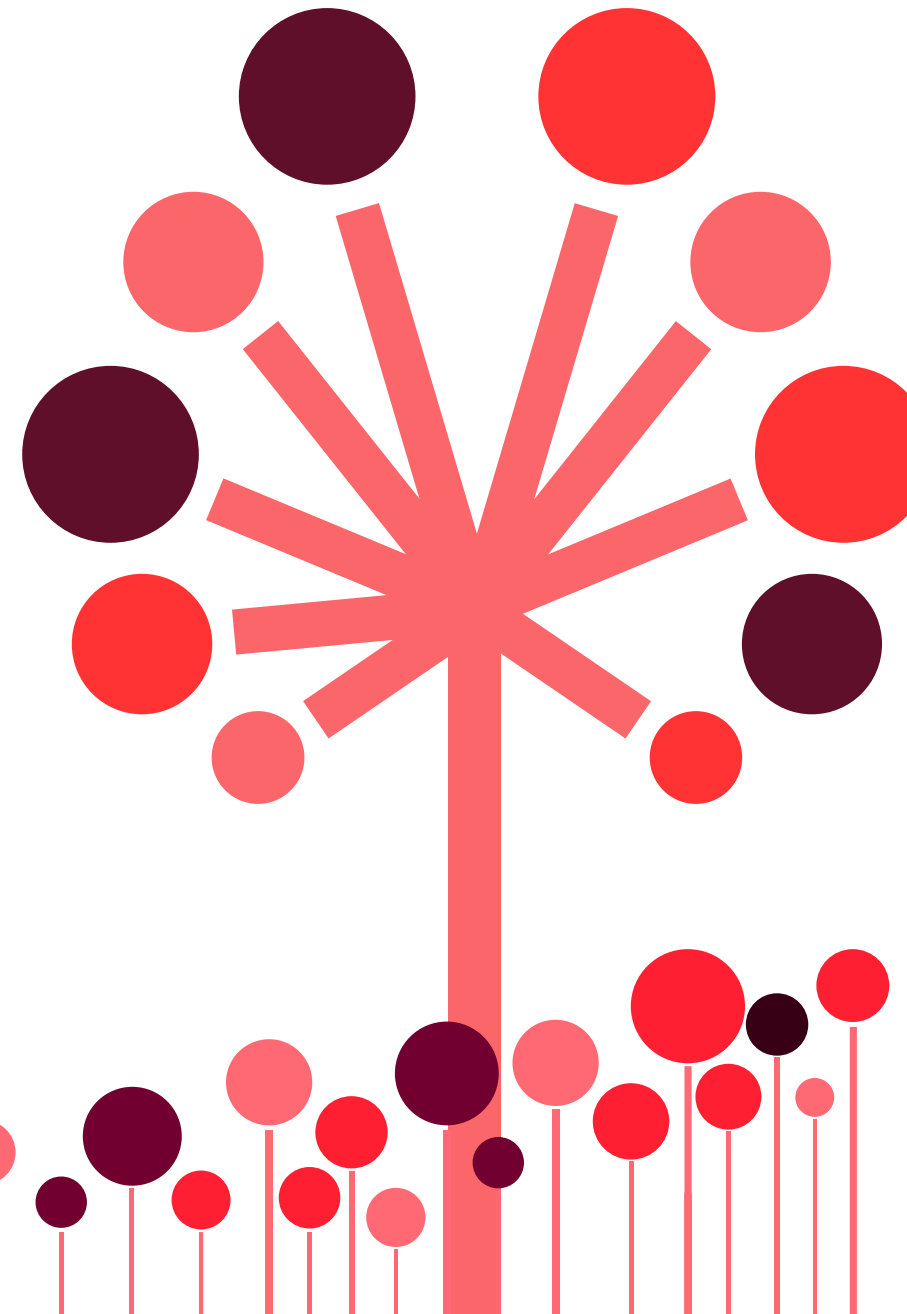




2024  
**MEDIA-  
TIEDOT**

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



# Myyntiehdot 2024

## MTV Oy:n tv-kanavat sekä digitaaliset mainostuotteet (sis. ohjelmallinen ostaminen)

MTV Oy:llä on oikeus yksipuolisesti muuttaa ja päivittää näiden myyntiehtojen sisältöä, ja oikeus keskeyttää asiakkaan kampanja välittömin vaikutuksin sekä päättää kaikki asiakkaan ja MTV Oy:n väliset sopimukset ilman korvausvelvollisuutta, mikäli asiakas rikkoo näitä myyntiehtoja. Asiakas on velvollinen korvaamaan MTV Oy:lle tai sen verkkopalveluiden käyttäjille näiden myyntiehtojen rikkomisesta aiheutuneet vahingot täysimääräisesti. Kulloinkin voimassaolevat myyntiehdot ovat kokonaisuudessaan saatavilla [mtvspotti.fi/mediatiedot/myyntiehdot](https://mtvspotti.fi/mediatiedot/myyntiehdot).

MTV Oy pidättää oikeuden hinnanmuutoksiin. Selvyyden vuoksi todetaan, että hintoja voidaan muuttaa myös vuosisopimusasiakkailla. Mahdollisista muutoksista tiedotetaan hyvissä ajoin etukäteen. Lainsäädännön tai viranomaisten toimenpiteiden aiheuttamat hinnanmuutokset koskevat myös tehtyjä mainosaika- ja mainostilavarauksia.

Mainosaikaa ja -tilaa tilattaessa on ilmoitettava lisäksi mainostettava tuote tai palvelu. Mainosaikaa ja/tai -tilaa ostanut asiakas ei ole oikeutettu myymään sitä edelleen kolmannelle osapuolelle. Ohjelmallisessa ostamisessa diilien (deal-ID) jälleenmyynti kolmannelle osapuolelle on kielletty; diilit ovat joko mainostajakohtaisia tai mainostajaa edustavan tahon käyttöön. MTV Oy pidättää oikeuden keskeyttää diilit, joita ei ole käytetty kuuden (6) kuukauden aikana.

MTV Oy:n korvausvelvollisuus rajoittuu ostetun kampanjan hintaan.

Mainosaikaa ja -tilaa myydään tasapuolisesti kaikille mainostajille, mainos- ja mediatoimistoille ja muille yhteisöille nimettyjen asiakkaiden ja tuotteiden lukuun, jotka sitoutuvat noudattamaan tv-mainonnan periaatteita ja lainsäädäntöä sekä MTV Oy:n myyntiehtoja.

MTV Oy pidättää oikeuden rajoittaa ennalta määrittelemiensä toimialojen mainontaa valituissa sisältökokonaisuuksissa.

MTV Oy pidättää oikeuden ilman korvausvelvollisuutta mainoksen tai mainostilan siirtämiseen tai tehtyjen varausten peruuttamiseen, mikäli erityiset syyt sitä vaativat. Tästä ilmoitetaan välittömästi samalla kun MTV Oy pyrkii antamaan tilalle uuden, entistä vastaavan lähetysajan tai mainostilan.

MTV Oy pidättää oikeuden

- rajoittaa yksittäiseen kampanjaan myytävää kontaktimäärää kapasiteettitilanteen niin edellyttäessä
- rajoittaa yksittäisen kampanjan näkyvyyttä kapasiteettitilanteen niin edellyttäessä
- olla myymättä kampanjoita, joita ei ole mahdollista toteuttaa halutun kampanja-ajan sisällä
- olla myymättä digitaalisia tai alueellisia mainoskampanjoita, joiden minimihinta nettona on alle 200 euroa

Samassa sisällössä esiintyvien kilpailijoiden näkyvyyttä ei rajoiteta, eikä se synnytä MTV Oy:lle korvausvelvollisuutta. Ennakkotietoja mahdollisista kilpailijoiden samanaikaisista kampanjoista ei luovuteta ulkopuolisille. Mainonta MTV Oy:n verkkopalveluihin myydään pääsääntöisesti näyttöpohjaisesti. Sivustoille voidaan myydä mainontaa myös muilla hinnoittelumalleilla. Ohjelmallisen ostamisen diileissä hinnoitteluperuste on CPM.

## **Kampanjan määrittäminen televisio- ja digitaalisessa mainonnassa**

Näissä myyntiehdossa televisiomainonnalla tarkoitetaan kanavittain ja paketeittain myytävää TV- ja Total TV -mainosaikaa sekä RBS-ohjelmayhteistyötä. Digitaalisella mainonnalla tarkoitetaan mm. banneri- eli display-mainontaa, videomainontaa (outstream ja instream), natiivimainontaa digitaalisessa ympäristössä ja pause adia.

Televisiomainonnassa ja digitaalisessa mainonnassa kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan kerralla ja jolla mainostetaan samaa tuotetta tai palvelua.

Televisiokampanjan ja digitaalisen mainonnan kampanjan sisällä oleva tauko voi maksimissaan olla seitsemän (7) päivää ja kampanjan kokonaisaika ulottua korkeintaan kahdelle myyntikaudelle. Saman mainostajan erilliset kampanjat katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi, jos kampanjoiden välinen tauko on seitsemän (7) päivää tai vähemmän ja joissa on käytetty samaa mainosta/mainoksia ja/tai kohderyhmää. MTV Oy pidättää itselleen oikeuden yhdistää edellä mainitut erilliset kampanjat yhdeksi kokonaisuudeksi, joka saa kontakti- tai näyttökuun myyntiehtojen mukaisesti.

Mikäli videokampanjaan ostetaan samanaikaisesti useita eri tuotteita, jokaisella niistä on oma kampanjavoittonsa, esimerkiksi näyttömäärä. Saman mainostajan erilliset kampanjat ja/tai kampanjan sisällä olevat tuotteet katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi yhdellä näyttötakuulla, mikäli niillä on sama mainosmateriaali ja kohdennus.

Digitaalinen kampanja aloitetaan kampanjan ensimmäisenä päivänä klo 00:01, mikäli mainosaineistot ovat toimitettu MTV Oy:lle toimitusaikataulujen sekä aineisto-ohjeiden mukaisesti.

## Aineistot

Paketti- ja kanavaostamisen kampanjoiden aineisto-ohjeita voi muuttaa myyntiehtojen aikataulua noudattaen, mikäli kampanjan alkuperäinen spottipituus säilyy ennallaan.

Digitaalisessa mainonnassa yhtä tuotetta varten asiakas voi toimittaa korkeintaan viisi (5) eri aineistoa. MTV Oy ottaa huomioon asiakkaan toiveet aineistojen keskinäisestä painotuksesta, mutta kampanjan eri aineistoille ei anneta aika- tai näyttötakuuta. Aineiston voi vaihtaa yhden kerran kampanjan aikana.

RBS-ohjelmayhteistyökampanjaan voi toimittaa korkeintaan neljä (4) eri aineistoa. Aineiston voi vaihtaa kerran kampanjan aikana, ei kuitenkaan kesken kalenteriviikon.

Mikäli televisio- tai digitaalisen kampanjan aineistoja ei toimiteta aineisto-ohjeissa määriteltyjen aikataulujen sekä ohjeiden mukaisesti, ei MTV Oy ole korvausvelvollinen kampanjan aloituksen viivästymisestä.

Yksityiskohtaiset aineisto-ohjeet löydät MTV Spotista:

[mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot](https://mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot)

## Kontaktitakuu ja kontaktikuurajat

MTV Oy myöntää kontaktitakuun tv-kampanjoille, jotka täyttävät voimassa olevat myyntiehtot ja määritellyt TRP-takuurajat. Kontaktitakuulla kampanjalle taataan ostohetken ennustettu kontaktimäärä, ja kampanjalla on kokonaistakuu. Tv-kampanjalle myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa kohderyhmäkaupalla myytävässä kohderyhmässä.

Kontaktitakuu myönnetään tv-kampanjakokonaisuudelle, joka voi olla yksittäisen tai useamman tv-kanavan erikseen määritelty kokonaisuus. Kokonaistakuu kampanjalle muodostuu yhteenlasketuista mainosesitysten ja/tai TRP-tilausten kontaktitakuista. Kontaktitakuu myönnetään mainoskatkon yleisössä. MTV3-kanavan valtakunnallista ja alueellista mainontaa sisältävät kampanjat sekä aluekampanjat, joita mainostetaan usealla eri näkyvyysalueella, takuutetaan yhtenä kokonaisuutena.

Kontaktitakuurajat poikkeavat toisistaan kanavittain, paketeittain ja kokonaan ohjelmaostamisella ja/tai kohderyhmähintaisella ohjelmaostamisella ostetuissa kampanjoissa. Oheisten taulukoiden mukaan sovelletaan kullekin kampanjatyypille erikseen ilmoitettuja kontaktitakuurajoja. Esimerkiksi, mikäli kampanja sisältää ainoastaan ohjelmaostamisella ja/tai kohderyhmähintaisella ohjelmaostamisella ostettuja mainosesityksiä, sovelletaan alla olevan taulukon ”Kokonaan kiinteällä ostetut kampanjat” mukaisia matalampia kontaktitakuurajoja.

RBS-ohjelmayhteistyössä kontaktitakuu myönnetään kanavittain taulukon mukaisesti. Mikäli kampanjassa on mukana useampi kuin yksi kanava, kaikki kanavat tulee buukata samaan kampanjaan ja koko kampanjalla on yksi, yhteinen kontaktitakuu kampanjan kohderyhmässä.

PAKETEITTAIN, TRP		KANAVITTAIN, TRP	
MTV Total TV Vaivaton	80	MTV3	50
MTV Total TV Muokattava	80	MTV Sub	20
MTV Vaivaton	80	MTV Ava	10

KOKONAAN KIINTEÄLLÄ OSTETUT KAMPANJAT, TRP	
MTV3	25
MTV Sub	10
MTV Ava	5

Alle 1 TRP:n alituksia ei hyvitetä. Tätä suuremmat kontaktitakuun alitukset hyvitetään kampanjaa jatkamalla, ellei asiakas sitä erikseen kiellä, tai myöhempien kampanjoiden yhteydessä, jolloin hyvityksen määrä lasketaan alituksen nettoarvosta. Ellei asiakas erikseen kiellä, vähintään 1 ja enintään 10 TRP:n kampanja-alitukset voidaan takuuttaa MTV Katsomossa. Alituksen määrä lasketaan kontakteissa.

Mikäli kampanjoiden kesto on vähemmän kuin seitsemän (7) päivää, sovelletaan kaikkiin asiakkaan kampanjoihin kvartaalitason kontaktitakuuta, jolloin kampanjoiden ylitykset ja alitukset kompensoivat toisensa. Kvartaalit määrittyvät kalenterikvartaaleittain.

Asiakkaan pyytämistä merkittävistä kampanjamuutoksista aiheutuvia kontaktitakuun alituksia ei hyvitetä. Sopimuskauden aikana hyvittämättä jäänyt velka katsotaan vanhentuneeksi sopimuskautta seuraavan puolen vuoden jälkeen.

## **Kontaktin määrittäminen**

Kontaktitakuu todennetaan aina Finnpanel Oy:n toimittamista tv-mittaritutkimuksen lopullisista katsojaluvuista.

## **Näyttötakuu**

MTV Oy antaa näyttöpohjaisesti myytävälle kampanjoille näyttötakuun.

Alle tuhannen (1 000) näytön alituksia ei hyvitetä. Tätä suuremmat alitukset hyvitetään automaattisesti seuraavana päivänä kampanjaa jatkamalla, kunnes mainosnäytöt tulevat täyteen eikä asiakas sitä erikseen kiellä, tai myöhempien kampanjoiden yhteydessä, jolloin hyvityksen määrä lasketaan alituksen nettoarvosta.

MTV Oy ei hyvitä puuttuvia näyttöjä rahallisesti. Asiakkaan pyytämistä merkittävistä kampanjamuutoksista aiheutuvia näyttötakuun alituksia ei hyvitetä. Sopimuskauden aikana hyvittämättä jäänyt velka katsotaan vanhentuneeksi sopimuskautta seuraavan puolen vuoden jälkeen.

Kampanjoiden mainosnäytöt ja MTV Video Premiumin mainoksen loppuun katsominen, display-mainonnan inscreen ja Premium natiivimainonnan lukijatakuu todennetaan MTV Oy:n mainonnanhallinta- sekä analytiikkajärjestelmillä (videon osalta FreeWheel MRM, display-, outstream- ja natiivimainonnassa Adform PPAS sekä MTV:n analytiikkajärjestelmä).

Ohjelmallisen ostamisen diilit (deal-ID) ovat non-guaranteed -diilejä, eli MTV Oy ei takaa inventaarin saatavuutta. Poikkeuksena tästä ovat kampanjakohtaiset programmatic guaranteed -diilit, joissa on käytössä kontaktitakuu.

## Esitysoikeudet ja vastuuvapaus

Mainostaja vastaa mainosaineiston omistus- ja/tai käyttöoikeuksien sekä tarvittavien tekijän-, patenti- ym. suoja-oikeuksien hankkimisesta. Mainostaja vastaa spotin oikeuksista siten, että spottia voidaan esittää MTV Oy:n televisiokanavilla eri välitystekniikoilla erilaisiin vastaanottimiin välitetyissä samanaikaisissa ja muuttamattomissa tv-lähetyksissä.

MTV Oy pidättää itsellään oikeuden ilman korvausvelvollisuutta mainosten esitysaikojen siirtämiseen tai kampanjan keskeyttämiseen, mikäli erityiset syyt sitä vaativat. Mahdollisesta ohjelmamuutoksesta johtuva kiinteän mainosesityksen uudelleen sijoittelu tehdään lähtökohtaisesti poistetun ohjelman tilalle tulevan ohjelman katkolle mainosesityksen arvo ja kohderyhmän kontaktiarvio säilyttäen.

Tv-mainoksen ensiesityksen jälkeen MTV Oy:llä on oikeus käyttää mainosta esittely-, koulutus- ja tutkimuskoosteissa, ellei mainostaja tätä kirjallisesti kiellä.

## Mainoksen sisältö

Mainostaja on vastuussa mainonnan sisällöstä. Mainoksissa on noudatettava lakeja, asetuksia, mainonnan kansainvälisiä perussääntöjä sekä kuluttaja-asiamiehen ja muiden viranomaisten määräyksiä. Lääkemainokset tarkastaa ennakkoon lääketeollisuuden Lääkemainonnan tarkastusvaliokunta (Lääketeollisuus Ry).

Ohjelmallisessa ostamisessa mainostaja vastaa mainoksen sisällön lisäksi myös teknisistä vaatimuksista, kuten videomainosten äänentasoista. MTV Oy:llä on oikeus hylätä mainokset, jotka eivät noudata MTV Oy:n voimassa olevia aineisto-ohjeita ja sääntöjä.

Ohjelmallisessa ostamisessa mainostaja vastaa, että mainostajan kategorisointi on tehty asianmukaisesti vastaten mainostajan toimialaa. MTV Oy ei ota vastaan uncategorized-mainostajien aineistoja. Lisätietoja kategorisoinneista [programmatic@mtv.fi](mailto:programmatic@mtv.fi).

MTV Oy ei vastaa kustannuksista tai seuraamuksista mainostajille, jotka aiheutuvat siitä, että mainos ei täytä annettuja määräyksiä. MTV Oy pidättää itsellään oikeuden ilman korvausvelvollisuutta mainosten esitysaikojen siirtämiseen tai kampanjan keskeyttämiseen, mikäli mainoksen sisältöön liittyvät syyt sitä vaativat.

## Tietosuoja ja henkilötietojen käsittely

Asiakas vakuuttaa, että se noudattaa henkilötietojen käsittelyssä kulloinkin voimassaolevaa tietosuojalainsäädäntöä, kuten Euroopan unionin yleistä tietosuoja-asetusta (2016/679) ja tietosuojalakia (5.12.2018/1050), sekä muuta soveltuvaa lainsäädäntöä. Asiakas sitoutuu noudattamaan MTV Oy:n verkkopalveluiden myyntiehtojen tietosuojaliitettä osana näitä myyntiehtoja. Tietosuojaliitteen löydät osoitteesta [mtvspotti.fi/mediatiedot/myyntiehdot/](https://mtvspotti.fi/mediatiedot/myyntiehdot/).

## Kampanjan vahvistaminen

Kampanja on vahvistettava kirjallisesti tai sähköisessä muodossa (LIVE) tarjouksessa mainittuun viimeiseen voimassaolopäivään mennessä; muussa tapauksessa aikavaraus peruuntuu. Kampanjatarjouksen voimassaoloaika lasketaan varauksen tekoa seuraavasta työpäivästä lukien; työpäiviksi lasketaan arkipäivät.

VARAUSAJANKOHDASTA AIKAA KAMPANJAN ALKUUN	TARJOUS VOIMASSA TYÖPÄIVÄÄ
20 työpäivää tai yli	10
10–19 työpäivää	5
5–9 työpäivää	3
2–4 työpäivää	1
1 työpäivä	kuluva päivä

## Muutokset kampanjoihin

Kampanja-aineistoihin liittyvistä muutoksista löydät lisätietoa kohdasta ”Aineistot”. Yksityiskohtaiset aineisto-ohjeet löydät MTV Spotista: [mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot](https://mtvspotti.fi/mediatiedot/aineistot)

### Pakettiostaminen

Pakettiostamisen tarjoustilaisiin tai vahvistettuihin kampanjoihin ei voi tehdä muutoksia. Mikäli spottipituutta, TRP- tai kontaktimäärää, kampanja-aikaa tai kampanjan muita elementtejä on tarve muuttaa, tulee kampanja peruuttaa ja mainosaika varata uudelleen. Jos vahvistettu kampanja on käynnissä, tulee kampanja keskeyttää ja tehdä uusi varaus muutosajankohdasta alkaen. Käynnissä olevan pakettiostamisen kampanjan muutokset katsotaan merkittäviksi, eikä MTV Oy siten vastaa keskeytetyn kampanjan mahdollisista kontaktitakuun alituksista.

Pakettiostamisen vahvistettuihin kampanjoihin voi kuitenkin tehdä uusia varauksia kampanja-ajan jälkeiselle ajalle, eli jatkaa vahvistettua kampanjaa lisävarauksin myyntiehtojen mukaisia aikataulujan noudattaen.



### Kanavaostaminen

Tarjoustilaisiin ja vahvistettuihin kanavaostamisen kampanjoihin sovelletaan eri toimintaperiaatteita sen mukaan, ostetaanko lisää esityksiä tai muuttuuko spottipituus.

Tarjoustilaisten kanavaostamisen kampanjoiden muutokset:

Mikäli tarjoustilaiseen kampanjaan tulee muutoksia, tulee tarjous peruuttaa ja mainosaika varata uudelleen.

Vahvistettujen kanavaostamisen kampanjoiden muutokset:

Vahvistettuihin kampanjoihin voi ostaa lisäesityksiä kapasiteettitilanteen niin salliessa. Loppuunmyydyn ajankohdan ollessa kyseessä ei lisäesityksiä kuitenkaan ole mahdollista ostaa. Loppuunmyyntitilanteessa, kuten myös kampanja-ajan muutostarpeissa, ota yhteyttä [video@mtv.fi](mailto:video@mtv.fi).

Vahvistettujen kanavaostamisen kampanjoiden spottipituuden muutokset:

Mikäli vahvistetun kampanjan spottipituus muuttuu, tulee alkuperäinen, vahvistettu budjetti säilyttää. Spottipituuden pidentyessä vahvistetun kampanjan kaikki esitysrivit päivitetään, kampanjalle tehdään tilatarkastus sekä hinnat ja estimaatit päivittyvät kyseisen ajankohdan mukaisiksi. Spottipituuden lyhentyessä vahvistetun kampanjan hinnat päivitetään uuden pituuskertoimen mukaiseksi, eikä tilatarkastusta suoriteta.

### RBS-ohjelmayhteistyö

RBS-ohjelmayhteistyön mediaelementtien pituuksia ja sijoittelupohjaa ei voi muuttaa. MTV Oy:llä on oikeus hyödyntää tarvittaessa kampanjan takuuttamiseen kaikkia alku-, loppu- ja jatkuu -tunnistepaikkoja sekä sijoittelupohjan 1 että 2 kampanjoissa.

Kampanjoiden muutoksissa sovelletaan MTV Oy:n myyntiehtoa ”Vahvistetun kampanjan peruuttaminen” silloin, kun vahvistetun kampanjan netto pienenee tai se perutaan kokonaan.

### Digitaaliset mainoskampanjat

Videokampanjoiden muutoksissa noudatetaan kanavaostamisen kampanjamuutosten periaatteita.

Muiden digikampanjoiden muutostarpeissa ota yhteyttä [digitrafiikki@mtv.fi](mailto:digitrafiikki@mtv.fi).

## Vahvistetun kampanjan peruuttaminen

Mikäli asiakas joutuu peruuttamaan jo vahvistetun kampanjatilauksen, veloitetaan peruutusmaksu, joka lasketaan peruutetun mainosajan tai -kampanjan nettohinnasta. Peruutukseksi katsotaan myös kampanjan aloituksen siirtäminen yli viidellä (5) työpäivällä.

Peruutusmaksun suuruus määritellään peruutetun mainosajan ensimmäisestä esityspäivästä.

Kaikkien yli 1 kuukauden mittaisten kampanjoiden irtisanomisaika on 1 kuukausi.

## Reklamaatiot

Mainoskampanjaa tai -esitystä koskevat huomautukset tulee tehdä viimeistään kahdeksan (8) päivän kuluttua kampanjan päättymisestä kirjallisena.

MTV Oy:stä johtuvan lähetys- tai julkaisuvirheen sattuessa hyvityksen tavasta ja määrästä sovitaan erikseen. Hyvitys on enintään vastaava mainosajan arvo tai virheellisesti esitetyn mainoksen laskuttamatta jättäminen.

TV-KAMPANJAN PERUUTUS ENNEN LÄHETYSTÄ	PERUUTUSMAKSU
yli 30 vrk	10 %
15–30 vrk	25 %
7–14 vrk	50 %
alle 7 vrk	75 %

DIGIKAMPANJAN PERUUTUS ENNEN LÄHETYSTÄ	PERUUTUSMAKSU
2–5 vrk	50 %
alle 2 vrk	100 %

## **Yhteistoimintapalkkio**

Yhteistoimintapalkkio suoritetaan MTV Oy:n hyväksymille tahoille, jotka sitoutuvat noudattamaan MTV Oy:n myynti- ja toimitusehtoja ja joiden luottokelpoisuuden MTV Oy on hyväksynyt. Yhteistoimintapalkkio on 15 %.

Palkkioon oikeuttavat toiminnalliset ja laadulliset tekijät:

- tietojärjestelmäyhteistyö (sähköinen tilausliikenne) käyttäen joko LIVE-varausjärjestelmää tai elektronista tilaustietojen siirtoa LIVE-järjestelmään
- kampanjoiden suunnittelu, varaus ja seuranta
- mediatoimiston ottama täysi luottotappiovastuu asiakkaan mainosostoista

## **Suoralaskutusalennus**

Suoralaskutusalennus on vaihtoehtoinen yhteistoimintapalkkiolle.

Suoralaskutusalennuksen 12 % lisäksi ei myönnetä muita maksutapaalennuksia. MTV Oy:n maksuehto suoralaskutuskampanjoille on 14 pv netto.

## **Laskutus ja maksuehdot yhteistoimintapalkkioon oikeutetuille**

Maksuehto on 14 päivää -1 % tai 30 päivää netto laskutuspäivästä lukien.

Viivästyskorko määräytyy viimeisimmän virallisen viivästyskorkoprosentin mukaan. Laskutusta koskevat huomautukset on tehtävä viimeistään kahdeksan (8) vuorokauden kuluessa laskun lähettämisestä.

MTV Oy varaa itselleen oikeuden tilanteen niin vaatiessa peruuttaa tai siirtää vahvistetun mainoskampanjan tai osia siitä ja sopia uudestaan sen laskutus- ja maksujärjestelyistä.

## Korvaus itsenäisestä tilauksesta

MTV Oy myöntää tilaajalle korvauksen näiden myyntiehtojen ja alan hyvän kauppatavan mukaan suunnitelluista Total TV- (kanavaostaminen, RBS-ohjelmayhteistyö, instream video) ja digitaalisista (display, outstream videon suoraostot) mainoskampanjoista, joiden varaamisen ja vahvistamisen sekä mainospottien ja ajo-ohjeiden toimituksen tilaaja hoitaa sovittujen toimintatapojen, aikataulujen ja prosessien mukaisesti omaa työvoimaa, työaikaa ja työkaluja käyttäen.

Korvauksen perusteena on tilaajan käyttämä työaika sekä omien työkalujen ja teknologioiden kehittäminen ja hyödyntäminen. Toimittaja vahvistaa korvauksen määrän tilaajalle kvartaaleittain. Korvauksen kriteerit ja ehdot voivat muuttua vuoden 2024 aikana. Tarkempia tietoja saat MTV Oy:n Mediasuunnittelusta [video@mtv.fi](mailto:video@mtv.fi).

## Alennusten laskeminen

### Kampanjan bruttohinta

- kausi-indeksi
- mahdollinen muu etu
- yhteistoimintapalkkio tai suoralaskutusalennus
- asiakkaan yhteistyösopimusetu tai mahdollinen kampanjakohtainen alennus

### = nettohinta

+ voimassa oleva alv-%

### = verollinen nettohinta